



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**“Análisis de demanda de Servicios de recreación nocturna en el distrito de La
Unión- Piura”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniero Industrial**

AUTOR:

Br. Paico Sánchez, Jairo Joel

ASESOR:

Ing. Zevallos Vilchez, Máximo Javier

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

PIURA-PERÚ

2018

Página del Jurado

DEDICATORIA

Al creador del cielo y de la tierra, el que me brindó mucha fortaleza para continuar cuando estuve a punto de caer, por ello, con toda la humildad que emana de mi corazón, dedico en primer lugar mi tesis a Dios.

A mi querido padre, Carlos, por su apoyo y afecto, por compartir conmigo buenos y malos momentos.

A mi ejemplo de vida, mi tierna y amada madre, Carmen, por ser mi más grande motivo de superación, de lucha constante, perseverancia y trabajo, por formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mi querido hermano Irvin, por su apoyo incondicional en este largo caminar.

A mis queridos hermanos Katherine, Nicol, Pedro y Maytte por ser mi impulso para seguir adelante.

A mis amigos

AGRADECIMIENTO

A todos mis docentes porque sus enseñanzas y consejos sumaron el logro de mi carrera profesional.

Al doctor Víctor Ramírez y a los ingenieros César Vilela y Omar Rivera por su gentil asesoría que me ha permitido materializar la presente tesis.

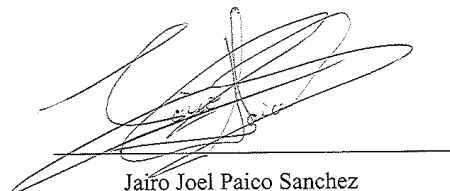
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Jairo Joel Paico Sanchez, con DNI N°72029914, estudiante de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad César Vallejo, sede/filial Piura: declaro que el trabajo académico titulado “Análisis de demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura” presentada en 111 folios para la obtención del grado académico/título profesional de Ingeniero Industrial es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación identificado correctamente toda cita textual o de paráfrasis provenientes de otras fuentes, de acuerdo establecido por las normas de elaboración del trabajo académico.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, diciembre del 2018.



Jairo Joel Paico Sanchez

DNI N°72029914

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

Dando cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para el título Profesional de Ingeniero Industrial, es grato poner a vuestra consideración, la presente Tesis titulada: **“ANÁLISIS DE DEMANDA DE SERVICIOS DE RECREACIÓN NOCTURNA EN EL DISTRITO DE LA UNIÓN- PIURA”**, cuyo desarrollo y contenido se resume en los VII capítulos.

El estudio tuvo como objetivo analizar la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura; cuyo desarrollo y contenido se resume en los próximos capítulos:

Capítulo I: abarca la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, planteamiento del problema, justificación del estudio y objetivos que se han desarrollado para la solución de los problemas expuestos.

Capítulo II: detalla el diseño, tipo y nivel de la investigación, la variable independiente, la operacionalización de variables, la población muestra y muestreo de estudio, además de las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los análisis de datos que se han desarrollado para así cumplir los objetivos que se plantearon en la tesis.

Capítulo III: comprende el análisis de los resultados obtenidos, gracias a un diagnóstico de la situación actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura, y un análisis de demanda insatisfecha de servicios por parte de la población del distrito antes mencionado.

Capítulo IV: se presentan, explican y discuten los resultados de la investigación con las teorías y antecedentes presentados.

Capítulo V: se presentan los principales hallazgos que están en relación con los objetivos del estudio como síntesis de la investigación.

Capítulo VI: menciona las recomendaciones frente a desatinos que el autor considera pueden presentarse con el desarrollo del proyecto de investigación.

Capítulo VII: indica las referencias bibliográficas precisando las fuentes y los autores de dónde se obtuvo la información para la presente investigación.

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	3
1.2.1. Internacionales	3
1.2.2. Nacionales	6
1.2.2. Locales	8
1.3. Teorías relacionadas al tema	11
1.3.1. Demanda.....	11
1.3.2. Oferta	13
1.3.3. Segmento de Mercado	13
1.3.4. Servicios.....	14
1.3.5. Recreación Nocturna.....	15
1.3.6. Tipos de Empresas.....	17
1.3.7. Empresas por rubro.....	17
1.4. Formulación del problema	18
1.4.1. Pregunta General	18
1.4.2. Preguntas específicas	18
1.5. Justificación del estudio	19
1.6. Objetivos	20

1.6.1.	Objetivo General.....	20
1.6.2.	Objetivos Específicos	20
II.	MÉTODO	21
2.1.	Tipo y diseño de Investigación	21
2.1.1.	Tipo de Investigación.....	21
2.1.2.	Diseño de la Investigación.....	22
2.2.	Variables, Operacionalización	23
2.3.	Población muestra y muestreo	25
2.3.1.	Población.....	25
2.3.2.	Muestra	25
2.3.3.	Muestreo	25
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.4.1.	Técnica.....	27
2.4.2.	Instrumentos.....	27
2.4.3.	Validez.....	28
2.4.4.	Confiabilidad.....	28
2.5.	Métodos de análisis de datos	31
2.6.	Aspectos éticos	32
III.	RESULTADOS	33
IV.	DISCUSIÓN.....	43
V.	CONCLUSIONES	46
VI.	RECOMENDACIONES.....	47
VII.	REFERENCIAS	48
VIII.	ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Matriz de operacionalización	24
Tabla 2.Población, Muestra y Muestreo	26
Tabla 3.Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
Tabla 4.Resumen de procesamiento de casos	29
Tabla 5.Estadísticas de fiabilidad	29
Tabla 6.Estadísticas de elemento	30
Tabla 7.EMPRESAS POR RUBRO Y TIPO	33
Tabla 8.NIVEL DE CONDICIONES DE SERVICIO BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”	34
Tabla 9.NIVEL DE CONDICIONES DE SERVICIO VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”	34
Tabla 10.NIVEL DE CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”	35
Tabla 11.NIVEL DE CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”	35
Tabla 12.DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS.....	36
Tabla 13.DEMANDA ACTUAL DISPUESTO A PAGAR	37
Tabla 14.DEMANDA ACTUAL DISPUESTO A PAGAR	37
Tabla 15.DEMANDA TOTAL ACTUAL DISPUESTO A PAGAR	38
Tabla 16.DEMANDA INSATISFECHA.....	39
Tabla 17.DEMANDA INSATISFECHA TOTAL MONETARIA EN SOLES ...	42
Tabla 18.DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS.....	71
Tabla 19.DEMANDA ACTUAL MONETARIA	71
Tabla 20.DEMANDA DE SERVICIOS DE POBLACIÓN	72
Tabla 21.DEMANDA INSATISFECHA.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.DEMANDA ACTUAL DE DERVICIOS	36
Gráfico 2.NIVEL DE INSATISFACCIÓN.....	41
Gráfico 3.NIVEL DE INSATISFACCIÓN.....	74

RESUMEN

El estudio de investigación tuvo como objetivo analizar la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura. El proyecto se trabajó con una población de 15,419 habitantes de acuerdo a datos obtenidos de RENIEC lo cual lo conformaron personas entre 18 a 45 años de edad y una muestra de 375 personas. El diseño de investigación ha sido no experimental porque se analizó la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura y los datos se recolectaron mediante documentos que proporcionó la Municipalidad distrital de La Unión, así como también se realizó la observación y una encuesta que se le realizó a la población que consume este tipo de servicios, donde La Unión cuenta con dos establecimientos de recreación nocturna que son el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” y el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” con una demanda actual por parte de la población acorde al primer establecimiento es de un 56.3% y respecto al segundo establecimiento con una demanda actual por parte de la población de un 43.7%, asimismo con una demanda actual dispuesta a pagar entre el rango de S/50.00 a S/99.00 nuevos soles con un 18.4% por parte de la población, asimismo para el rango entre S/100.00 a S/149.00 nuevos soles con un 38.4% por parte de la población, donde finalmente para el rango de S/150.00 nuevos soles a S/199.00 nuevos soles, con un 43.2% de demanda dispuesta a pagar, continuamente por los datos arrojados por el programa SPSS se determinó una demanda insatisfecha por parte de la población del distrito de La Unión de acuerdo a los dos establecimientos que se encuentran en el mencionado distrito de una demanda insatisfecha de 84,59% por parte de la población hacia estos establecimientos.

Palabras claves: Análisis de demanda, Servicios, Recreación Nocturna.

ABSTRACT

The objective of the research study was to analyze the demand for night recreation services in the district of La Unión-Piura. The project was worked with a population of 15,419 inhabitants according to data obtained from RENIEC, which was made up of people between 18 and 45 years of age and a sample of 375 people. The research design has been non-experimental because the demand for night recreation services in the district of La Unión-Piura was analyzed and data was collected through documents provided by the La Union district municipality, as well as observation and a survey that was carried out to the population that consumes this type of services, where La Union has two night entertainment establishments that are the BURGER PUB KARAOKE "PISCIS" and VIDEO PUB "SABOR Y SALSA" and with a current demand from the population according to the first establishment is 56.3% and compared to the second establishment with a current demand by the population of 43.7%, also with a current demand willing to pay between the range of S / 50.00 to S / 99.00 soles with 18.4% on the part of the population, also for the range between S / 100.00 to S / 149.00 nuevos soles with 38.4% on the part of the population, where finally for the range of S / 150.00 nuevos soles to more, with a 43.2% demand willing to pay, continually for the data thrown by the SPSS program an unmet demand was determined by the population of the La Unión district according to the two establishments that are in the mentioned district of an unsatisfied demand of 84,59% by the population towards these establishments.

Keywords: Demand analysis, Services, Night recreation.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día las empresas se lanzan al mercado sin tener un conocimiento preciso de qué es lo que realmente quiere el cliente y si éstos están satisfechos o insatisfechos con los servicios que existen en los determinados establecimientos.

En Latinoamérica, la mayoría de los países concentra gran cantidad de población adulta, quienes han considerado que la noche es un espacio primordial para interactuar y desarrollar valores, des estresarse, así como también promover la interculturalidad. (HIRAMATSU, 2014)

Perú es un país en pleno crecimiento económico, si bien es cierto no alcanzó el nivel de crecimiento esperado que fue consecuencia del fenómeno costero, pero para este año se prevé un crecimiento mayor al del 2017, tal como lo señala el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Ministerio de economía y finanzas (MEF) que espera un crecimiento del 4,0 %. (MARTÍN, 2017)

Piura, es uno de los departamentos con mayor población y también una de las que contribuye con el Producto bruto interno tal como lo afirma Morey– Gerente de Zona Norte de la Caja Piura. (LA REPÚBLICA, 2017), el crecimiento económico depende de las inversiones que se puedan realizar en un determinado lugar y esto se da con la ejecución de los proyectos, teniendo conocimiento cuál es la oferta y la demanda en dicho espacio, para el ex decano del Colegio de economistas, Williar Hidalgo: “El crecimiento de Piura depende mucho del Show de inversiones”. (RIVERA, 2018)

El distrito de La Unión perteneciente a la provincia de Piura se reconoce por su localización estratégicamente favorable para su desarrollo, debido a ello se suma lo que señala El diario La República, que es un gran centro comercial que involucra a Catacaos, Sechura, La Arena. (VILLEGAS, 2014)

Cabe resaltar que en el distrito de La Unión solo existen dos locales que ofrecen servicios de recreación nocturna según datos proporcionados por la Municipalidad de La Unión donde se pretende especificar las empresas por rubro y tipo, así como también las condiciones de los servicios que se ofrecen y del ambiente e infraestructura de éstos establecimientos, y si existe una satisfacción o insatisfacción de estos servicios por parte de los habitantes.

Por todo lo descrito fue necesario hacer un análisis de la demanda de los servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión, con lo que se conoció el mercado de la oferta actual, demanda actual, asimismo la demanda insatisfecha que tenían los pobladores del distrito de La Unión- Piura para lo cual haya un estudio donde los inversionistas dedicados al rubro de servicios de recreación nocturna puedan tener un alcance que les sirva para poder invertir en sus negocios y a la vez estén generando nuevos puestos de trabajo para los pobladores del distrito de La Unión- Piura.

1.2. Trabajos previos

Aquí se muestran los trabajos previos relacionados a la investigación, como es en nivel internacional, nacional, como también local.

1.2.1. Internacionales

(SANCHEZ, 2016), en su tesis titulada “Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar-Karaoke, Ciudad de Catamayo, Loja- Ecuador” por la Universidad Nacional de Loja, Área jurídica, social y administrativa de empresas tesis de grado para obtener el título de Ingeniería en Administración de empresas, en la cual establece mejorar las condiciones de los servicios y al mejoramiento socio- económico en la ciudad de Catamayo, donde concluye que existe una insatisfacción del 75% de acuerdo a los tres establecimientos en existen en dicha ciudad, asimismo realiza un estudio de factibilidad para así se implemente un BAR-KARAOKE donde así proveer de diversión a las personas del sector que se encuentran insatisfechos y necesitan de un servicio de recreación nocturna.

(MORA, 2014), en su tesis titulada “Análisis del Comportamiento del Consumidor de las Discotecas Exclusivas en el Distrito Metropolitano de Quito” por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Titulación de Grado Previa la Obtención del Título de Ingeniería Comercial; en la cual establece como objetivo general: realizar un análisis del comportamiento del consumidor de las discotecas exclusivas en el Distrito Metropolitano de Quito, además entre sus objetivos es analizar a los consumidores actuales y potenciales reconociendo las preferencias que tienen, sus motivaciones, las conductas de consumo, como también la demanda del mercado, asimismo reconocer sus gustos y elecciones que tienen los clientes de los establecimientos de diversión.

Concluye que es relevante como individuo conocer al cliente y cuál es su comportamiento en la comunidad, para así se puedan diseñar bienes o servicios que estén en sus deseos y de esta manera hacer un reconocimiento que lo motive a comprar el servicio que se oferta. Los anuncios de publicidad es uno de los principales métodos para contribuir en el comportamiento de los clientes y ésta debe ser precisa, clara y que origine la demanda en el cliente para la adquisición del servicio.

Quito ahora es un lugar de gran movimiento turístico, altamente comercial y un crecimiento de población de juventud que imponen gustos y preferencias brindando una relevante oportunidad para empresas de lugares de recreación nocturna, lo cual los emprendedores que

pongan en mente estas oportunidades de negocios brindando lo que el cliente requiere para satisfacer sus necesidades.

Después de que se haya analizado las desventajas y ventajas de las categorías de lugares de recreación nocturna en la ciudad de Quito se consideró que proporcionan mayor estabilidad y rentabilidad económica los centros de recreación nocturna exclusivas que las discotecas masivas por lo que éstas generan clientes fieles mientras despierte sus preferencias en ellos.

Después de que se realizó el análisis de mercado se identificó una existencia de una importante demanda de juventud que desea un establecimiento para divertirse sanamente y entretenerse con la finalidad de des estresarse saliendo de la rutina.

Se logró obtener la segmentación de mercado con el plan de mercadeo, con el objetivo de emplear el procedimiento necesario para saber el mercado objetivo y hacia cual se dirigirá el proyecto. Esta investigación se seleccionó ya que se relaciona con el análisis de demanda, también reconocer la satisfacción que tienen los consumidores, como se especifica en uno de los objetivos en uno de los objetivos específicos de esta investigación.

(RODRIGUEZ, 2017), en su tesis titulada “Análisis de la demanda turística en Urdesa para el Diseño de una Cafetería Galería fotográfica” por la Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, Carrera de Turismo y Hotelería, Trabajo de Titulación Previa a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería; en la cual establece como objetivo general: Analizar la Demanda Turística en Urdesa para el Diseño de una Cafetería Galería Fotográfica, el trabajo de investigación efectuado en los habitantes, excursionistas y visitantes del sector de Urdesa, este trabajo de investigación se dirigió a hombres y mujeres entre dieciséis a sesenta y cinco años que cayeron en una tradición de explorar por un moderno y novedoso lugar de entretenimiento y recreación en Guayaquil situado en el sector Urdesa, viendo que en este sector existía una falta de sitios gastronómicos para fomentar el arte y la cultura, lo cual generó problemas en dicho lugar limitándolo al sector de cafeterías donde no ofrecen aporte alguno en lo cultural para sus consumidores y a través del progreso de la investigación se obtuvo una justificación demostrando el por qué el trabajo de investigación fue factible con lo que brindó una importante contribución al sector turismo principalmente en el área gastronómica y cultural.

Para la solución a la problemática que tenían y enfrentaban los consumidores por no tener un lugar novedoso, original, algo moderno, nace la cafetería temática en el sector Urdesa de Guayaquil.

Ofreciendo a los turistas y visitantes un espacio donde puedan gozar de momentos amenos, inolvidables en compañía de amigos y familiares o también en ciertos casos disfrutar solo un momento de relajación.

A la vez manifestando una importante oportunidad rentable del proyecto porque se tuvo un innovador y nuevo estilo en relación a temáticas cafeterías, asimismo pudiendo diferenciar el establecimiento de la competencia.

Esta investigación fue elegida dado que se vincula directamente con el análisis de la demanda, así como también identificar las características de la demanda tal como está especificado en uno de los objetivos específicos de esta investigación.

(PALADINES, 2016), en su trabajo de titulación “Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Centro Turístico Recreacional en la Ciudad de Portovelo, Cantón Portovelo, Provincia de EL Oro”, Loja – Ecuador. Estableció como objetivo principal: determinar la factibilidad para lo cual implementar un Centro Turístico y Recreacional, de la ciudad de Portovelo que brinde un servicio de recreación turística con una buena calidad, lo cual genere un alto desarrollo turístico en dicho lugar. La investigación utilizó un método deductivo – inductivo, y para la recopilación de dichos datos se usaron técnicas como la encuesta, la entrevista y la observación directa. Finalmente se concluyó que, la suma que se necesita para la inversión del proyecto asciende a los \$149.876,78, el mismo que se financiará de fuentes internas el 40% y de fuente externa el 60%, lo que fomentará la valoración turística, así como también fomentará el desarrollo cultural y socioeconómico de dicha sociedad. Se seleccionó la investigación por la fomentación y desarrollo socio económico que menciona.

1.2.2. Nacionales

(QUINTANILLA, 2014), en su tesis para así obtenga el Título Profesional de Arquitecto, que se denominó “Centro Recreacional Turístico para la Cuenca Media del Valle de Ingenio” presentado por la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo – Perú, estableció determinar la manera de utilización de los recursos naturales y paisajísticos como objetivo general para así satisfacer las exigencias en temas recreativos de los visitantes turistas que visitan el Valle Mantaro. Fue de tipo aplicada la investigación y utilizó un diseño no experimental transaccional descriptivo correlacional. Donde se consideró como habitantes a los recursos naturales, así como también a los paisajísticos, y se tomó como muestra tres centros recreacionales. Se usó la observación para la técnica de recolección de las referencias. Se llegó a la conclusión que, con el uso de los recursos naturales concentrados que se encuentran en un centro de recreación turística se satisfacen a un buen nivel las exigencias recreacionales que tienen los turistas que visitan el Valle de Ingenio. Como tal se debe a la magnitud y a la importancia eventual que tiene dicho terreno se necesita que se implemente un centro de recreación turística para dicha Cuenca Media del Valle del Ingenio. La investigación se seleccionó dado que menciona que el ambiente influye en necesidades recreativas de la población.

(CHÁVEZ, 2016), en su tesis para obtener el Título Profesional de Arquitecto, denominada “Proyecto de Equipamiento Recreativo y Servicios Turísticos en el Balneario de Pojpoquilla– Ayaviri”, de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, plantea como objetivo principal sugerir en el Distrito Ayaviri (este), al lugar denominado Balneario Pojpoquilla, de una escala de sector para así permitir cubrir las exigencias de la población, y de los turistas visitantes. La investigación se basó en un diseño arquitectónico a partir de un espacio recreativo, por ello su planificación inicia con analizar el habitante y al turista. Su población está determinada por un radio de influencia, tomando en cuenta: la localidad, población actual y el porcentaje de población a servir. Concluyendo que con la implementación de este proyecto se logrará un incremento conjunto y elevado de la ciudad, para generar lugares de recreación activa, así como también pasiva de distracción, establecimientos para descansar, recorridos, puntos y unas vistas de observación de dicha ciudad. Se selecciona esta investigación por hacer mención del crecimiento que logra un determinado poblado cuando cuenta con espacios de recreación pasiva y activa.

(MEJÍA, 2015), en su trabajo de tesis para obtener el Título Profesional de Licenciatura en Turismo y Hotelería por la Universidad Católica de Santa María, Facultad de Ciencias y

Tecnologías Sociales y Humanidades, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería; el trabajo de investigación se tituló: “Análisis de la Oferta y Demanda turística y diseño de un circuito turístico, provincia de Ilo, Moquegua- 2015”, , donde planteó como objetivo principal determinar la oferta y demanda turística en la provincia de Ilo, Región Moquegua.

El trabajo de investigación fue diseñado para recolectar datos empíricos relacionados a la Demanda y la Oferta turística en la provincia de Ilo, respecto a los servicios y recursos turísticos que se le ofrecían al turista de dicho lugar, en lo cual se encontró un flujo turístico y una población activa en temporada de verano, actualmente el sector económico está en torno a la minería y pesca, por lo tanto creyeron que una buena y efectiva opción real, es el turismo, un turismo playero en temporadas veraneantes y en el resto del año un turismo marino ya que los negocios y actividades comerciales requieren una prestación de los servicios turísticos mediante lugares en servicio de renovación y hospedaje.

Se llegó a la conclusión que el inventario y registro turístico de la provincia de Ilo permitió establecer que la Oferta turística se constituía en particular por recursos de categorías de manifestaciones culturales y sitios naturales. La demanda turístico se centró en dos recursos importantes en Ilo, primero que corresponde a la Reserva Nacional de Punta de Coles, la que está administrada por Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas, el segundo por el Museo Municipal de Chiribaya que la administra la Municipalidad de Chiribaya, la oferta turística en lugares hoteleros hay diversidad para diferente economía por parte del turista y referente a su gastronomía en más de un 90% de los restaurantes ofrecen una marina gastronomía. Esta investigación fue elegida porque se relaciona directamente con el análisis de la demanda como está plasmado en su objetivo principal, así como también vincularse a los servicios que se ofrecen y demandan en ese lugar.

1.2.2. Locales

(LOPEZ, y otros, 2014), en su tesis para así optar el Título de Licenciados en Administración de Empresas denominada “Plan de Negocio para la Implementación de un Centro de Diversión y Entretenimiento Nocturno (Discoteca) en la Ciudad de Chiclayo”, en la Universidad Nacional de Mogrovejo, tuvo como objetivo general evaluar si es factible que se implemente un centro para entretenimiento nocturno (discoteca), para así disminuir la demanda insatisfecha y generar una cultura de diversión. El diseño aplicado en la investigación es no experimental – transversal y de tipo exploratorio. Para la obtención de datos se utilizó técnicas como entrevistas personales, observación y encuestas. Su población estuvo conformada por las personas demandantes de un servicio de entretenimiento y diversión nocturna que pertenecen al segmento específico de personas de 18 a 40 años de edad, y su muestra está determinada por 380 consumidores de los servicios de un centro entretenimiento y diversión nocturna. Se concluyó que resulta factible la implementación de un lugar de diversión y entretenimiento nocturno, una discoteca en Chiclayo resulta factible, porque existe un segmento de la población que no se encuentra satisfecho con la oferta actual, por lo cual el 66% de los encuestados está de acuerdo y totalmente de acuerdo en que se apertura otra discoteca en Chiclayo. Esta investigación se selecciona dado que hace referencia la implementación de un centro nocturno para disminuir la demanda insatisfecha.

(ROMERO, 2014), presentó su Tesis para obtener el título de licenciada en Turismo por la Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Académico Profesional de Turismo; se titula el trabajo “Servicios Turísticos que Atienden la Demanda de Turistas Mochileros en la Provincia de Trujillo”, como objetivo general planteó determinar servicios turísticos que atiendan la demanda de turistas en la provincia de Trujillo, donde contaban con alojamientos a bajos costos que ellos comparaban y tenían que escoger para de esa manera ahorrar costos en sus travesías como son en hospedaje, espacios de camping, “bed and breakfast” (B&B) o solo un hospedaje para pasar una noche, lo cual tienen prioridad en los establecimientos donde los precios son bajos y éstos establecimientos en su mayoría están ubicados en el balneario de Huanchaco, ellos demandan de víveres en los supermercados que están ubicados en el centro histórico de Trujillo, y a la vez éstos buscan lugares de entretenimiento y recreación que sean cómodos también, por lo tanto uno de los lugares preferidos son las playas donde pueden realizar diferentes deportes, a la vez demandan de las discotecas que se ubican en dicho balneario, lo cual se llegó a las conclusiones de que los turistas mochileros representan una buena cifra de demanda de los

servicios que se ofrecen, así como también que los turistas demandan de servicios de hospedaje, discotecas, pub, restaurants en el tiempo de su estadía. Fue seleccionada la investigación ya que se relaciona con la determinación de la demanda y las preferencias de los turistas por el servicio turístico tal como se plasman en este trabajo.

(SÓCOLA, 2016) en su tesis titulada “Estudio de mercado de recursos turísticos del distrito de Ayabaca” por la Universidad Nacional de Piura, Facultad de Ciencias, escuela profesional de estadística, tesis para optar al título profesional de Licenciada en estadística; el cual establece como objetivo principal: calcular de acuerdo al estudio de mercado la eventualidad de recursos turísticos a partir de una perspectiva de los visitantes del distrito de Ayabaca ya que permite reconocer la demanda, la satisfacción por parte de los turistas y de los excursionistas que visitan el distrito, así como también cuál es el estado de los servicios turísticos. Asimismo, incluye un pronóstico de demanda futura efectiva. Además, se empleó una metodología señalada por MINCETUR, acorde a los requisitos que se exigen para la realización en turismo de los perfiles de inversión.

Por ello se realizó una muestra aleatoria simple para la elección de la muestra de los turistas y de los excursionistas, para analizar la actual demanda y futura en el Bosque de Cuyas, Complejo Arqueológico de Aytape, el Bosque de Aypate y los petroglifos de Samanga, y calidad de servicios turísticos. En los resultados se mostró que existía entre los grupos de estudio una potencial demanda efectiva, además que los dos grupos manifestaban insatisfacción de los servicios en su calidad. Se dedujo que existe una cierta demanda potencial turística a partir de los resultados que se encontraron, además que era inevitable un mejoramiento sustancial en la infraestructura, información y los servicios, lo cual transformar un potencial en un real desarrollo en el sector turístico de dicha zona.

Finalmente se concluyó que hay en los servicios que se brindan deficiencias para la acogida en el turismo, donde la mayor insatisfacción de los turistas se encontró en el entretenimiento nocturno, el servicio de guía turística e información, donde también hay una mayor insatisfacción de turistas que se encuentran en el Centro Arqueológico de Aytape, el 1.8% y 6.8% demostraron insatisfacción.

Con respecto a recursos turísticos los niveles de satisfacción de turistas se sienten muy satisfechos en el Bosque de Cuyas, sin embargo, en los cuatro recursos potenciales en la visita se sentían satisfechos en, donde en los Petroglifos de Samanga un 50%, mientras que

una mediana satisfacción opinó los turistas al visitar los Petroglifos de un 38.5%, y cuando visitan el bosque de Cuyas un 30.8%.

(ANTICONA, y otros, 2014), en su tesis titulada “Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una discoteca basada en shows y espectáculos innovadores en la ciudad de Trujillo.” Para optar por el título profesional de Licenciado de administración de la facultad de negocios por la Universidad Privada del Norte, tiene como objetivo principal crear e implementar una Discoteca Restaurant Paradise Show & Disco en la ciudad de Trujillo; lo cual denominada la organización “ANTICONA AGUILAR S.A.C.” La investigación buscó determinar la viabilidad económica y financiera del negocio. La idea nació ya que no existía una discoteca con el tipo de servicio que se pretendía ofrecer, brindando un servicio personalizado pretendiendo ser una empresa líder en este rubro. Su mercado será dirigido a personas de 20 a 40 años de edad, así como también turistas extranjeros y nacionales. Se concluyó que la empresa tendrá 138,240 visitas anuales, con el 80% de participación y aumentando anual un 3%, al quinto año con un 92%, con una inversión de 1'184,799.00 donde se va a recuperar el primer año y cuarto mes de operaciones, donde la entidad Scotiabank financió con un 70%, el 30% restante aporte propio, el proyecto resultó viable, evaluado con un costo de oportunidad de capital del 8.66.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Demanda

La demanda se define como una conducta descriptiva de los consumidores en forma abreviada. (HERNANDEZ, 2014)

Por otro lado, MARCUSE define la demanda como los bienes y servicios que pueden cuantificarse en forma íntegra. Los mismos que pueden ser conseguidos en distintos costos del mercado por uno o más consumidores (demanda total o de mercado). También como una cantidad específica ya sea de bienes o de servicios que los consumidores pueden comprar para poder cubrir sus necesidades ya sean básicas o superfluas. Estos consumidores cuentan con las posibilidades de poder pagar por estos bienes un costo específico y en un lugar determinado. (MARCUSE, 2011)

1.3.1.1. Tipos de Demanda

Existen diferentes clasificaciones con respecto a la demanda, pero para efectos de la investigación se hace mención la de (HERNANDEZ, 2014), quien manifiesta los siguientes tipos de demanda:

- a) **Demanda insatisfecha** (la producción y la oferta no satisface a los consumidores).
- b) **Demanda satisfecha** (la producción y la oferta es lo que los consumidores requieren).
- c) **Satisfecha saturada** (aquella que ya no resiste mayor producción y oferta en un establecido mercado).
- d) **Satisfecha no saturada** (Los consumidores están satisfechos, a pesar de ello con procesos de mercadotecnia se pueden incrementar).
- e) **Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios** (aquellos que son indispensables para el sustento y desarrollo del consumidor, aquí encontramos los bienes de alimentación, vestimenta, de vivienda, de salud, etc.).
- f) **Demanda de bienes no necesarios** (aquí encontramos perfumería, ropa exclusiva, etc.) la adquisición de estos se hace para darse un placer y no cubrir alguna obligación.
- g) **Demanda de acuerdo a la temporalidad**
 - **Demanda continua:** es la que se mantiene por un largo periodo mayormente en desarrollo. Ejemplo: la demanda de alimentos va a seguir creciendo conforme vaya creciendo la población.

• **Demanda cíclica o estacional:** es aquella que tiene relación con las temporadas del año, por incidentes climáticos o comerciales.

1.3.1.2. Los determinantes de la Demanda

Los determinantes de la demanda según (HERNANDEZ, 2014):

• **Precio del producto.** Si el costo de un producto o servicio se incrementa paulatinamente, la demanda de este disminuye y viceversa. Si suponemos que en el distrito de La Unión existe un pub- karaoke que recibe muchos clientes en su primera semana de atención en la que ha cobrado las entradas a un precio cómodo y la demanda sigue incrementándose en las próximas seis semanas, el promotor de dicho negocio considera aumentar el precio de las entradas con la finalidad de incrementar sus ingresos.

• **La existencia y precio de bienes sustitutos.** La existencia de un bien sustituto y el aumento del mismo ocasionan la disminución de la demanda de un producto. Teniendo en cuenta el ejemplo del pub karaoke, cuando otros promotores promocionan sus entradas a un precio menor, el primero debe ofrecer un servicio innovador debido a que la demanda de su pub karaoke ha disminuido.

• **Los bienes complementarios.** Si los bienes complementarios se van incrementando, es evidente que también lo haga la demanda de ese producto. De esta manera sucede cuando un pub karaoke innova sus servicios y ofrece productos novedosos y de esta manera logra incrementar la demanda del servicio que ofrece.

• **Los ingresos.** El costo de un bien o servicio no debe ser medido en términos relativos con otros, de manera que, no solo debe ser comparado el costo de un bien o servicio con el de otro, sino que se debe tener en cuenta la posición económica de las personas. Es decir, una persona que cuenta con un ingreso mensual del sueldo mínimo considerará que el precio de la entrada al pub karaoke es muy elevado, debido a que no cuenta con las posibilidades de costearla, sin embargo, las personas que cuentan con ingresos mayores considerarán que las entradas están siendo vendidas a precios accesibles y las adquieren.

• **Los gustos y moda.** La demanda de un producto se incrementa dependiendo de lo que los consumidores prefieren o de lo que más les gusta o agrada, debido a que las personas tenemos diferentes gustos y es por ello que los gustos cambian constantemente sin mantenerse fijos al transcurrir el tiempo. También debemos tener

en cuenta que la moda se considera una tendencia, y esta es de duración incierta, por lo tanto, las empresas no deben condicionar este aspecto para incrementar los precios.

1.3.2. Oferta

1.3.2.1. Definición

Para (MATURANA, 2010), oferta es más que contar con tecnología y recursos para producir algo, cantidad ofrecida de un producto o servicio, es el monto que los ofertantes planean vender en un determinado periodo de tiempo con un precio específico.

1.3.2.2. Tipos de Oferta

Para (NUÑEZ, 2010), los tipos de demanda tenemos:

- Oferta competitiva o de mercado libre: en donde los fabricantes o los que brindan un servicio están en situaciones donde compiten libremente.
- Oferta oligopólica: es cuando el mercado se ha controlado por unos cuantos fabricantes o los que brindan servicios, son ellos quienes establecen los precios.
- Oferta monopólica: es cuando la domina un solo fabricante o prestador de servicio, que fija la calidad, el precio y la cantidad.

1.3.3. Segmento de Mercado

Para (MORA, 2014), el proceso de la segmentación de los mercados es dividiendo un mercado en determinados grupos más pequeños uniformes donde tengan sus necesidades y características semejantes, la segmentación de un mercado permite que se analicen las categorías de los segmentos diferentes para así se pueda identificar el grupo de posibles clientes a los que se pueda ofrecer el bien o servicio.

Para (GÓMEZ, 2010), las variables de segmentación de mercados son:

Variable Geográfica: es donde se divide al mercado por tamaño, densidad, región, donde se toman en cuenta lo que necesita el consumidor.

Variable Demográfica: en donde se divide el mercado en grupos, con base a variables como edad, educación, sexo, etc.

Variable Psicográfica: en donde se divide el mercado acorde al tipo de personan que van a requerir un bien o servicio de acuerdo a su personalidad, estilo de vida, nivel económico, etc.

1.3.3.1. Segmento objetivo

Para (ESPINOSA, 2013), los segmentos de mercado son grupos grandes identificables que están dentro de un mercado, donde resulta útil un segmento de mercado, cuando es accesible, medible, procesable y diferenciables. El segmento objetivo que se identifica para analizar las necesidades del consumidor de productos o servicios son las personas comprendidas a una cierta edad determinada.

1.3.3.2. Análisis de la Oferta

Para (MARCUSE, 2011), lo que se desea lograr al analizar la oferta es medir y determinar la cantidad y condición con el que se ofrece a los consumidores un bien o servicio. Está en función a los siguientes principios que es el precio del bien o servicio en el mercado, entre otros. El estudio de campo que se emplee debe de tener en cuenta los elementos asimismo las condiciones económicas donde se evolucione el plan.

1.3.4. Servicios

No existe una definición global para el término “servicios”, sin embargo la definición propuesta por (HILL, 1977) es una de las más aceptadas, según el cual un servicio se puede definir como una variación en las condiciones de un bien o de una persona que pertenece a alguna empresa, que se origina gracias a la actividad de alguna otra empresa, con previo acuerdo de aquella persona o empresa. La terminación “SERVICIOS O SECTOR SERVICIOS” es utilizada y se ha utilizado frecuentemente con la finalidad de hacer referencia a un grupo de actividades económicas altamente variadas.

Las acciones de los servicios que se incluyen en el sector terciario, generalmente son definidas como las actividades que no producen bien alguno. Entre estas actividades podemos incluir el transporte y las comunicaciones, la distribución, instituciones financieras, servicios personales, servicios a las empresas y los servicios sociales. Existe diferencia entre unos servicios y otros, sin embargo, podemos realizar una distinción entre los servicios

públicos y los servicios privados, los servicios que son destinados a las economías domésticas o a los productores, los mercantiles o de comercio y los no mercantiles, etc.

1.3.4.1. Categorías de los Servicios

Según (KENT, 1985), existen cinco categorías de “servicios” que en lo esencial están ligadas con las fases del desarrollo económico:

- **Servicios personales no cualificados.** Desde tiempos remotos, los servicios personales y domésticos de cualquier índole han sido las fuentes básicas de la actividad de servicios en las sociedades tradicionales. Gracias a estos tipos de labores era posible la absorción de la mano de obra restante en la economía.
- **Servicios personales cualificados.** Debido al aumento de la productividad en las comunidades dedicadas a la agricultura, de manera que esa producción rebasó la demanda que permitiría la subsistencia y se dio inicio a la revolución industrial, de modo que empezaron a surgir posibilidades para nuevos tipos de servicios (administración, comercio, etc.). También, el surgimiento continuo de los servicios públicos que se encargan del suministro de servicios sociales e infraestructura a las recientes industrias y también al crecimiento de la población urbana, otorgó oportunidades de nuevos puestos de trabajo en los servicios.
- **Servicios industriales.** Debido a la competencia que existe en el mercado, la complejidad aumenta en las industrias y requieren de servicios altamente cualificados. Las organizaciones de servicios especializados como las entidades financieras, empresas aseguradoras, estudios jurídicos, etc. Son los que proporcionan estos servicios con más eficiencia.
- **Servicios de consumo masivo.** El aumento del poder de adquisición ha generado una gran cantidad de servicios nuevos a gran escala, como hospedajes, restaurantes, discotecas, karaokes, bares (actividades de recreación nocturna). La eficiencia económica es posible gracias a los mercados masivos que se generan gracias a todas estas industrias de servicios que se brindan y son muchas series que se brindan hoy

1.3.5. Recreación Nocturna

Las actividades a las que se dedican las personas en su tiempo libre o de ocio, incluyen los juegos , los centros de recreación nocturna, ver la televisión durante horas, sin embargo debemos tener en cuenta que los juegos de azar ocasionan trastornos en el comportamiento del ser humano y en muchos casos, ludopatía, que es una adicción por los juegos de azar.

Por otro lado, mantenerse sentado muchas horas frente a un televisor puede generar a la larga, problemas en la visión, sedentarismo que puede causar en muchos casos sobrepeso, trastornos del sueño, entre otros. Los centros de recreación nocturna que son muchos y en su mayoría están creados con la finalidad de atender a la población adulta de una sociedad, es importante recalcar que es una buena alternativa para invertir el tiempo libre. (MUÑOZ, 2012)

Según (HERVÁS, 2013), la vida nocturna o recreación nocturna es un término colectivo que se utiliza generalmente para referirse a cualquier actividad de recreación popular, entretenimiento y ocio que se lleva a cabo desde el atardecer o la noche y que puede extenderse hasta las primeras horas del siguiente día. Dentro de estas actividades que están dirigidas principalmente a un público de adultos o adultos/jóvenes, se incluyen:

- **Bares:** (del término inglés bar, barra) un local comercial en el que se ofrecen a la venta bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como aperitivos, en su mayoría para ser consumido inmediatamente y en el mismo lugar en un servicio de barra. Tras la barra, se encuentra una persona de pie, que es la que atiende y que también se le conoce con el nombre de barman o bartender.
- **Karaoke:** una modalidad de diversión en donde un individuo interpreta una canción con un acompañamiento pregrabado que es una pista que puede ser ejecutado por varios aparatos eléctricos. A este dispositivo lo acompaña la melodía, con la letra en la duración que le corresponden a través de un monitor que es generalmente un televisor. Esta modalidad de diversión tuvo su origen en Japón y ha sido adoptado en todo el mundo.
- **Discotecas:** Una discoteca, también llamada en Paraguay, Uruguay y Argentina como boliche, en México se le conoce como antro y en los Estados Unidos y Chile como discothèque. Es un local dirigido al público con horario de preferencia nocturno para escuchar canciones grabadas, bailar, socializar con diferentes personas y consumir bebidas. También es conocido como night club, boîte, disco, entre otros. A diferencia de las salas de baile antiguas, la melodía que es oída en las discotecas, no se toca en vivo, sino que se produce gracias a la “mezcla” de discos (son reproducidos sin continuidad, por un llop) esta “mezcla” es realizada por un disc jockey (DJ), que “anima” la fiesta.

• **Clubes:** los clubes son asociaciones de recreación. Las actividades que se realizan en los clubes, así como los fines de los clubes son múltiples y dependen del interés que hayan tenido las personas para asociarse: actividades sociales y de esparcimiento, actividades deportivas, reuniones para intercambiar ideas, debates, planificación de actividades a favor de terceros, etc. Pueden llevar a cabo, no solamente actividades que sean propias de su interés, sino que también, pueden realizar algunas otras actividades que pueden considerarse empresariales si se realizan con finalidad de favorecer a la continuidad del club o a una obra de bienestar social que contribuya y beneficie a la comunidad. Entre los clubes más conocidos se encuentran los clubes deportivos y los de esparcimiento, especialmente, los clubes de fútbol y los náuticos.

1.3.6. Tipos de Empresas

(ESCALANTE, 2016) Las entidades con personería natural sólo se pueden constituir en empresas unipersonales; en cambio con personería jurídica, existen diferentes tipos: La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.), constituyendo algún tipo de sociedad: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) o Sociedades Anónimas que a su vez pueden ser de dos tipos: Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) o Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.).

1.3.7. Empresas por rubro

Categoría que permite reunir en un mismo conjunto a entidades que comparten ciertas características. Un rubro comercial es el sector de la actividad económica que engloba a las empresas que actúan en una misma área como sector primario (agrícolas, pesqueras, ganaderas, etc.), sector secundario (industriales, construcción, etc.), y sector terciario que son las empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio. (PÉREZ, 2010)

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Pregunta General

¿Cuál es la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de la Unión - Piura?

1.4.2. Preguntas específicas

¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura?

¿Cuál es la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de la Unión - Piura?

¿Cuál es la demanda insatisfecha de servicios de inversión de recreación nocturna en el distrito de la Unión - Piura?

1.5. Justificación del estudio

El distrito de La Unión cuenta con dos establecimientos que ofrecen servicios de recreación nocturna en donde no se conocía la satisfacción de los usuarios que tenían hacia estos establecimientos, ni la demanda que tienen los usuarios por estos servicios.

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la demanda de los servicios de recreación nocturna del distrito de La Unión, lo cual sirva como información útil para inversionistas interesados en negocios de recreación nocturna, asimismo tengan una base de las necesidades de servicios de recreación nocturna que hay en el distrito de La Unión y no hagan inversiones a ciegas.

La investigación se justificó metodológicamente porque la forma en que se llevó a cabo el desarrollo de la investigación sirva como una orientación para que otros estudios posteriores como son de estudio de mercado, para proyectos de inversión, proyectos de investigación creen estrategias que contribuyan con el desarrollo empresarial gracias al análisis de demanda del distrito de La Unión y así La Unión tenga nuevos servicios de recreación nocturna y a la vez se generen nuevos puestos de trabajo.

De igual manera, presentó una justificación práctica ya que se generó una herramienta de apoyo para los nuevos estudios que se pretendan hacer en el distrito de La Unión, o en otros lugares.

El estudio también tuvo una justificación teórica, ya que buscó cubrir aquellos puntos relacionados a la demanda de la población, puesto que al analizar la demanda en los servicios de recreación nocturna del distrito de La Unión permitió tener un alcance exacto si están conforme los habitantes con los servicios, así como también si existe una demanda que no se cubre aún.

Los beneficios que aporta este proyecto es que permite disponer con información sobre la demanda que existe en este distrito por los servicios de recreación nocturna, y además genera un aporte positivo al desarrollo del distrito de La Unión.

.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Analizar la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

1.6.2. Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

Determinar la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

Determinar la demanda insatisfecha de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de Investigación

- **Según la finalidad que persigue**, la presente investigación fue aplicada básica dado que buscó la generación de conocimiento en el mediano y largo plazo en la sociedad, presentando un gran valor. (LOZADA, 2010), con el análisis de demanda se conoció la situación actual de los servicios, la demanda actual y su demanda de los servicios de recreación nocturna por parte de la población del Distrito de La unión.

- **Según el enfoque de investigación**

Fue una investigación cuantitativa, dado que: “buscó causas o hechos de fenómenos sociales, para así prestar una atención escasa a estados subjetivos de los individuos, su medición es controlada y penetrante, y está orientada a resultados” (REICHARDT, 2012 pág. 5), los datos obtenidos de acuerdo al análisis de demanda se procesaron en porcentajes y se llegaron a conocer datos que nos llevó a saber cuál es la demanda en el distrito de La Unión.

- **Según el nivel o alcance**

La investigación fue descriptiva, donde se buscó especificar las características, los perfiles de personas, grupos, comunidades, objetos o cualquier otro fenómeno que sea sometido a un análisis. Solo se midió y recogió información de manera conjunta o independiente de conceptos o las variables a las que se refirieron. (HERNANDEZ, 2010), con el análisis de demanda se conoció las empresas por rubro y tipo existentes en el distrito de La Unión, así como también la infraestructura y las condiciones de los servicios de los locales con relación a servicios de recreación nocturna.

- **Según la temporalidad**

Fue transversal la investigación según la temporalidad; ya que estudió al fenómeno o hecho en determinado momento de su evolución. (HERNANDEZ, 2010), con el análisis de demanda se investigó en un momento determinado literalmente para saber lo que la población necesita y en las condiciones que se brindan este tipo de servicios.

- **Según el marco en que tiene lugar**

Según el marco en que tiene lugar la investigación ha sido sobre el terreno o de campo; donde se realizó en una natural situación lo que permite la generalización de los resultados a situaciones que se relacionen, sin embargo, no permite un control propio riguroso de la investigación en laboratorio. (MARTINS, 2012), para realizar la investigación del análisis de demanda se tuvo que hacer en el distrito de La Unión-Piura.

- **Según el modo de obtención de datos**

La investigación de datos según el modo de obtención ha sido mixta (descriptiva y bibliográfica); se busca especificar los perfiles de las personas las propiedades, comunidades, grupos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. Solo pretende medir o recolectar la información de manera conjunta o independiente sobre las variables a las que se refieren o sobre los conceptos. (HERNANDEZ, 2010); la obtención de datos ha sido mediante documentos que proporcionó la Municipalidad distrital de La Unión, así como también se realizó la observación para determinar las condiciones de servicio y las condiciones de infraestructura de los establecimientos, donde también se realizó una encuesta a los pobladores del distrito.

- **Según la orientación que se asume**

La investigación fue orientada a la aplicación, según la orientación que se asume; inclinada a la adquisición de conocimientos con propósito de dar respuestas a concretos problemas. (HERNANDEZ, 2010); pertenece a este tipo ya que un análisis de demanda solo se comprueba.

2.1.2. Diseño de la Investigación

La investigación ha sido de diseño no experimental, ya que se analizó la demanda de los servicios de recreación nocturna del distrito de La Unión- Piura, según el autor SANTA, definen este diseño como aquel que se desarrolla sin manipular ninguna variable. El investigador no sustituye variables independientes. Se observan los hechos tal y como están en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para así luego se analicen. Por lo tanto, en este diseño no se construye una específica situación, sino que observa las que existen. (SANTA, 2012)

Lo cual el diseño será M –O

Dónde:

M: representó la muestra de estudio de los habitantes del Distrito de La Unión- Piura.

O: Observaciones relevantes o de interés.

2.2. Variables, Operacionalización

Según (MARTINEZ, 2014) la operacionalización de conceptos o variables es un racional proceso de dividir elementos más abstractos, los teóricos conceptos, para así se llegue a un nivel más concreto, los hechos que se producen en la realidad y que simbolizan manifestaciones del concepto y que se puede dar una valoración, observación, recolección, es decir sus determinados indicadores.

Tabla 1.Matriz de operacionalización

Variable		Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Escala de Medición
VARIABLE INDEPENDIENTE	Análisis de la Demanda	(...) cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita midiendo su nivel de satisfacción de acuerdo al rubro, tipo, calidad, infraestructura para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.(...) (FLORES, 2013) de los servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura.	Se determinó el número de empresas que existen de acuerdo al rubro mediante el análisis documental que proporcionó la Municipalidad distrital de La Unión.	Número de empresas por rubro.	Nominal
			Se determinó el número de empresas que existen de acuerdo al tipo mediante el análisis documental que proporcionó la Municipalidad distrital de La Unión.	Número de empresas por tipo.	Nominal
			Se determinó el nivel de las condiciones de servicio de las empresas el nivel de calidad en la prestación de servicios de recreación nocturna mediante la observación.	Nivel de cumplimiento de condiciones de servicio	Razón
			Se determinó el nivel de las condiciones de ambiente e infraestructura de los servicios de recreación nocturna que se ofrecen mediante la observación.	Nivel de cumplimiento de condiciones de ambiente e infraestructura.	Razón
			Se determinó el nivel de la satisfacción de los usuarios por los servicios de recreación nocturna del distrito de La Unión mediante la encuesta realizada y los datos procesados en el programa estadístico SPSS.	Nivel de satisfacción de los usuarios	Razón
			Se determinó el nivel de demanda insatisfecha de los servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión mediante el análisis de los resultados de la encuesta realizada y los datos procesados en el programa SPSS.	Nivel de demanda Insatisfecha	Razón

Fuente: elaboración propia, 2018.

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

La población de esta investigación la conformó el número de habitantes mayores de 18 a 45 años del distrito de La Unión- Piura, que es de 15419 habitantes.

2.3.2. Muestra

La fórmula de la población finita puesto que se tuvo conocimiento de la población sacada de (RENIEC, 2011) donde la población es de 15,419 habitantes, donde la muestra es de 375 personas.

(PICKERS, 2015) Para determinar el tamaño de la muestra en donde se conoció el tamaño de la población que fue:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En dónde,

N= 15419 tamaño de la población

Z= (1.96), nivel de confianza

P= (0.5), proporción esperada, o probabilidad de éxito

Q= (0.5), probabilidad de fracaso

D= (5%= 0.05), precisión (Error máximo en términos de proporción).

$$n = \frac{15,419 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025 \times 15,418 + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 374.84 \rightarrow n = 375 \text{ personas}$$

2.3.3. Muestreo

El muestreo fue muestreo probabilístico simple ya que se seleccionó por edad que es a los habitantes de 18 a 45 años del distrito de La Unión.

Tabla 2. Población, Muestra y Muestreo

Indicador	Unidad de Análisis	Población	Muestra	Muestreo
Número de empresas por rubro	Empresa	2	-	-
Número de empresas por tipo	Empresa	2	-	-
Nivel de condiciones de servicio	Empresa	2	-	-
Nivel de condiciones de ambiente e infraestructura	Empresa	2	-	-
Nivel de Satisfacción de los usuarios	Poblador	15,419	375	Muestreo probabilístico simple
Demanda Insatisfecha	Poblador	15,419	375	Muestreo probabilístico simple

Fuente: elaboración propia, 2018.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica

Se realizó un análisis documental para determinar las empresas por rubro y tipo y se encuentran en anexo N°3.1 y anexo N°3.2; que es donde se recopiló la información otorgada por la Municipalidad Distrital de La Unión anexo N°6.1.

La técnica que se realizó para recolectar la información de las condiciones de servicio y condiciones de ambiente e infraestructura que brindan las empresas fue la observación, y se encuentra en anexo N°3.3 y anexo N°3.4.

La técnica que se realizó para la recolección de datos donde se aplicó una encuesta tipo Likert con un total de 27 preguntas, que tienen relación con los indicadores de la variable que es satisfacción de los usuarios y se encuentra en anexo N°3.5.

La técnica que se utilizó para realizar la comparación de Oferta y Demanda y el número de personas satisfechas o insatisfechas con los servicios de recreación nocturna fue el análisis documental, y se encuentra en anexo N°3.6.

2.4.2. Instrumentos

Los instrumentos de la investigación que se utilizaron es el Reporte de empresas por rubro que se encuentra en (Anexo N°3.1) que es donde se llenaron los datos de acuerdo a la información obtenida por la Municipalidad Distrital de La Unión- Piura, además se utilizó el reporte de empresas por tipo (Anexo N°3.2), que es donde se llenaron los datos de acuerdo a la información que se obtuvo por la Municipalidad Distrital de La Unión- Piura.

Se utilizó la guía de observación de condiciones de servicio que contenía 17 preguntas (Anexo N°3.3), que fue llenado teniendo en cuenta las 2 empresas que existen en el distrito de La Unión- Piura, además se utilizó la guía de observación de condiciones de ambiente e infraestructura (Anexo N°3.4), que se llenó teniendo en cuenta las 2 empresas que existen en el distrito de La Unión- Piura.

Se utilizó el cuestionario que estuvo compuesto por 27 preguntas (Anexo N°3.5), donde se interrogó a los pobladores del distrito de La Unión Piura entre 18 a 45 años y se utilizó el reporte de comparación de oferta y Demanda (Anexo N°3.6), lo cual es donde se llenó con los datos finales de acuerdo a lo que opinó la población del distrito de La Unión- Piura con respecto a su insatisfacción por los servicios.

Tabla 3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Indicador	Unidad de análisis	Técnica	Instrumento
Empresas por rubro	Empresa	Análisis documental	Reporte de empresas por rubro(Anexo 3.1)
Empresas por tipo	Empresa	Análisis documental	Reporte de empresas por tipo(Anexo 3.2)
Condiciones de servicio	Empresa	Observación	Guía de observación de condiciones de servicio(Anexo 3.3)
Condiciones de ambiente e infraestructura	Empresa	Observación	Guía de observación de condiciones de ambiente e infraestructura(Anexo 3.4)
Satisfacción de los usuarios	Poblador	Encuesta	Cuestionario de satisfacción de los usuarios(Anexo 3.5)
Demanda Insatisfecha	Empresa y poblador	Análisis documental	Reporte de Oferta y Demanda(Anexo 3.6)

Fuente: elaboración propia, 2018.

2.4.3. Validez

Los instrumentos fueron validados por tres expertos: Ing. Omar Rivera Calle, e Ing. Luciana Torres Ludeña cuyas constancias de validación se encuentran en los Anexos N°4 y N°4.1.

2.4.4. Confiabilidad

Dado que, la confiabilidad o fiabilidad es una propiedad psicométrica que hace referencia a la ausencia de errores de medida, o lo que es lo mismo, al grado de consistencia y

estabilidad de las puntuaciones obtenidas a lo largo de sucesivos procesos de medición con un mismo instrumento (Muñiz José, 2010); su respectivo análisis busca que los resultados de un cuestionario concuerden con los resultados del mismo cuestionario en otra ocasión. Si esto ocurre se puede decir que hay un alto grado de confiabilidad.

Para hallar la confiabilidad se utilizó el programa SPSS considerando el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems, siendo los resultados obtenidos los que se muestran a continuación:

Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	37	100,0
Excluido	0	,0
Total	37	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,735	27

Por lo tanto, la confiabilidad es aceptable; dado que, como criterio general, para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach, se considera que:

Coeficiente alfa $>.9$ es excelente

Coeficiente alfa $>.8$ es bueno

Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable

Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable

Coeficiente alfa $>.5$ es pobre

Por otro lado, se muestran las estadísticas siguientes:

Tabla 6. Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
Nivel de satisfacción con el servicio de reservaciones	1,03	,164	37
Nivel de satisfacción con el precio de entradas	1,43	,603	37
Nivel de satisfacción con el servicio de seguridad	1,43	,603	37
Nivel de satisfacción con el servicio de movilidad	1,08	,277	37
Nivel de satisfacción con el precio de la cerveza	1,78	,672	37
Nivel de satisfacción con el precio de los tragos	1,76	,683	37
Nivel de satisfacción con el precio de las comidas	1,00	,000	37
Nivel de satisfacción con el precio de los cigarrillos	1,81	,660	37
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta las entradas	1,65	,676	37
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta de tragos y cerveza	1,73	,652	37
Nivel de satisfacción con el servicio de mozos y azafatas	1,78	,712	37
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta de comida	1,68	,626	37
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta de cigarrillos	1,59	,686	37
Nivel de satisfacción con los espectáculos y artistas	1,62	,639	37
Nivel de satisfacción con la publicidad ofrecida	1,46	,650	37

Nivel de satisfacción con el horario de atención	1,62	,721	37
Nivel de satisfacción con el servicio de wiFi	1,00	,000	37
Nivel de satisfacción con los m2 de la pista de baile	1,35	,588	37
Nivel de satisfacción con infraestructura de los baños	1,59	,686	37
Nivel de satisfacción con la fachada del local	1,68	,669	37
Nivel de satisfacción con el estacionamiento	1,16	,442	37
Nivel de satisfacción con la barra	1,51	,559	37
Nivel de satisfacción con las zonas general o VIP	1,51	,607	37
Nivel de satisfacción con la entrada y salida de emergencia del local	1,51	,507	37
Nivel de satisfacción con la señalización y luces de emergencia	1,54	,558	37
Nivel de satisfacción con el sonido y luces psicodélicas	1,65	,588	37
Nivel de satisfacción con las mesas y sillas del local	1,59	,551	37

Fuente: elaboración propia, 2018.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos de la información obtenida fue procesada en el programa estadístico SPSS, lo cual almacenó los datos para luego proceder a realizar los cálculos proporcionando la información significativa para el estudio de investigación.

Para analizar los datos se realizó un análisis descriptivo, donde se ejecutó la síntesis e interpretación, para así luego los resultados presentarlos en gráficos, lo cual se elaboraron para cada dimensión, dichos gráficos mostraron el resultado general de los datos que se obtuvieron del trabajo de investigación.

2.6. Aspectos éticos

En esta investigación se evitó manifestaciones de copia de información, además se respetó las citas que correspondieron a aquellos autores en los cuales se apoyó esta investigación.

Además, se evitó todo tipo de ejecución de datos a conveniencia, ya que si sucede lo contrario la investigación no es objetiva ni verdadera.

III. RESULTADOS

➤ **Objetivo específico 01:**

Diagnosticar la situación actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura.

Tabla 7.EMPRESAS POR RUBRO Y TIPO

NOMBRE DE EMPRESA	RUBRO	TIPO
BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”	Servicios de recreación nocturna.	E.I.R.L.
VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”	Servicios de recreación nocturna.	E.I.R.L.

Fuente: elaboración propia, 2018.

Luego de aplicar el análisis documental donde se recopiló la información otorgada por la Municipalidad distrital de La Unión se efectuó la siguiente información en la tabla N° 07 donde se efectuó que en el distrito de La Unión existen dos empresas que se dedican a brindar este tipo de servicios de recreación nocturna y son BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” y VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”.

Tabla 8.NIVEL DE CONDICIONES DE SERVICIO BURGER PUB KARAOKE
“PISCIS”

NIVEL DE CONDICIONES DE SERVICIO BURGER PUB KARAOKE "PISCIS"		
Puntaje obtenido	Valor Máximo	TOTAL (%)
35	85	41%

Fuente: elaboración propia, 2018.

Luego de aplicar la guía de observación para determinar el nivel de condiciones de servicio en las que se encuentra el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” se determinó que se encuentra en un promedio total de 41%.

Tabla 9.NIVEL DE CONDICIONES DE SERVICIO VIDEO PUB “SABOR Y
SALSA”

NIVEL DE CONDICIONES DE SERVICIO VIDEO PUB "SABOR Y SALSA"		
Puntaje obtenido	Valor Máximo	TOTAL (%)
30	85	35%

Fuente: elaboración propia, 2018.

Asimismo, después de aplicar la guía de observación para determinar el nivel de condiciones de servicio en las que se encuentra el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” se determinó que se encuentra en un promedio total de 35%.

Tabla 10. NIVEL DE CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA
BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”

NIVEL DE CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA BURGER PUB KARAOKE "PISCIS"		
Puntaje obtenido	Valor Máximo	TOTAL (%)
19	50	38%

Fuente: elaboración propia, 2018.

Luego de aplicar la guía de observación para determinar el nivel de condiciones de ambiente e infraestructura en las que se encuentra el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” se determinó que se encuentra en un promedio total de 38%.

Tabla 11. NIVEL DE CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA
VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”

NIVEL DE CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”		
Puntaje obtenido	Valor Máximo	TOTAL (%)
13	50	26%

Fuente: elaboración propia, 2018.

Asimismo, después de aplicar la guía de observación para determinar el nivel de condiciones de ambiente e infraestructura en las que se encuentra el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” se determinó que se encuentra en un promedio total de 26%.

Objetivo específico 02:

- Determinar la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura.

Tabla 12.DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS

	BURGER PUB KARAOKE PISCIS		VIDEO PUB SABOR Y SALSA	
Tipo de empresa	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
	211	56,3%	164	43,7%

Fuente: elaboración propia, 2018.

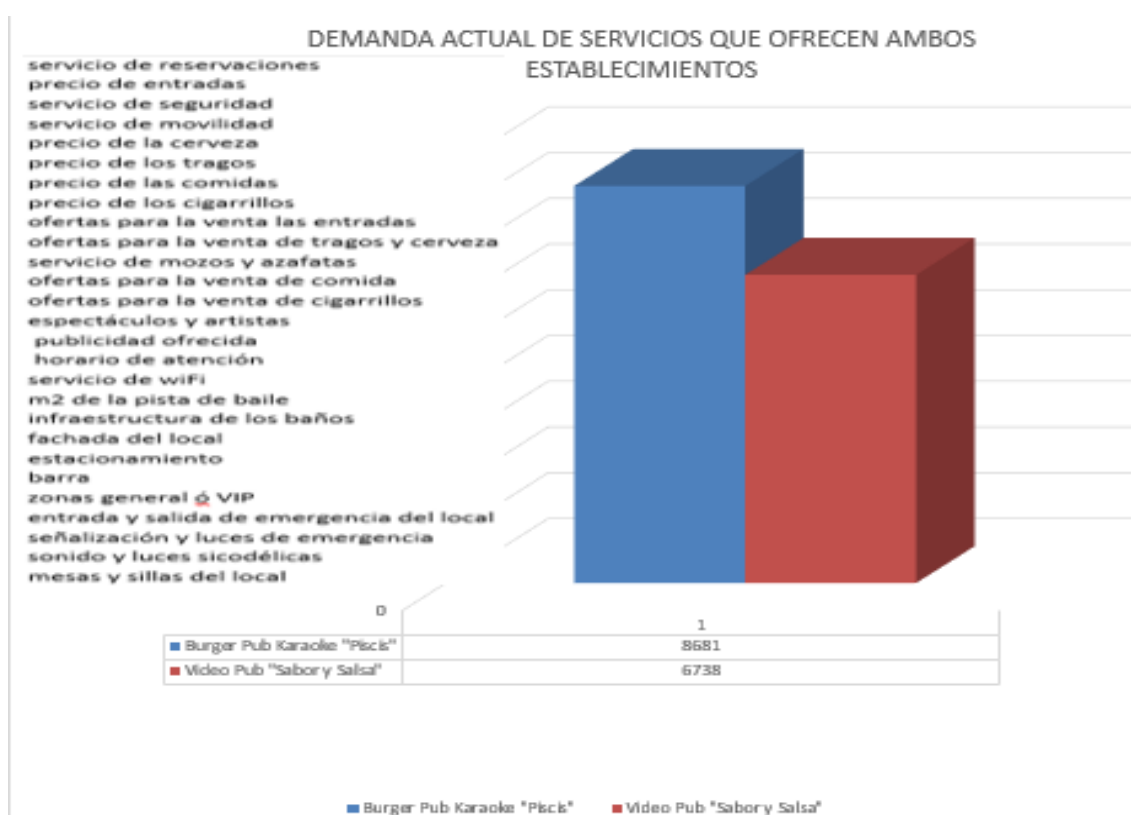


Gráfico 1.DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS

Fuente: TABLA N°10.

Mediante el cuestionario se realizó una distribución muestral donde se determinó la demanda actual de servicios de recreación nocturna de acuerdo a la población de los habitantes del distrito de La Unión- Piura de 18 a 45 años de edad que acuden a los locales, donde 8,681 personas que representa el 56,30 % de la población de 15,419 habitantes prefirieron el establecimiento BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” , asimismo 6,738 personas que representa el 43,70 de la población de 15,419 habitantes prefirieron el establecimiento VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”.

Tabla 13.DEMANDA ACTUAL DISPUESTO A PAGAR

	S/.50.00 -S/.99.00 soles		S/.100.00- S/.149.00 soles		S/.150.00- S/.199.00 soles	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
¿Cuánto es lo que estaría dispuesto a gastar mensualmente en este tipo de servicios que ofrecen los 2 establecimientos?	69	18,4%	144	38,4%	162	43,2%

Fuente: elaboración propia, 2018.

Mediante el cuestionario que se realizó donde se le preguntó a los pobladores lo que estarían dispuestos a pagar por este tipo de servicios el 18,4% está dispuesto a pagar en un rango entre S/.50.00 a S/.99.00 nuevos soles, el 38,4% está dispuesto a pagar el 38,4% está dispuesto a pagar en un rango de S/.100.00 a S/.149.00 nuevos soles y el 43,2% está dispuesto a pagar en un rango entre S/.150.00 a S/.199.00 nuevos soles.

Tabla 14.DEMANDA ACTUAL DISPUESTO A PAGAR

DEMANDA ACTUAL MONETARIA DE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN AMBOS ESTABLECIMIENTOS				
Rango		Demanda	Consumo Promedio	Gasto promedio mensual
50	99	69	S/ 5.141	S/ 137
100	149	144	S/ 17.928	
150	199	162	S/ 28.269	
		375	S/ 51.338	

Fuente: elaboración propia, 2018.

Donde finalmente se determinó un punto medio entre los rangos para así poder determinar que el gasto promedio mensual de demanda por los servicios que ofrecen ambos establecimientos como son servicio de reservaciones, venta de entradas, seguridad, movilidad, venta de cerveza y tragos, venta de comidas, venta de cigarrillos, publicidad, mozos y azafatas, espectáculos y artistas, wifi, y servicio de estacionamiento es de S/.137.00 nuevos soles mensuales.

Tabla 15.DEMANDA TOTAL ACTUAL DISPUESTO A PAGAR

DEMANDA MONETARIA TOTAL EN SOLES		
Dispuesto a pagar	Población	Demanda
S/ 137.00	15,419	S/.2'112,403.00

Fuente: elaboración propia, 2018.

En la tabla N°15 se muestran los resultados de la demanda monetaria de toda la población donde arrojó un resultado de S/.2'112,403.00 nuevos soles, que es el dinero que está en juego por parte de la población en beneficio de estos establecimientos que ofrecen este tipo de servicios.

Objetivo específico 03

- Determinar la demanda insatisfecha de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura.

Tabla 16.DEMANDA INSATISFECHA

	Muy insatisfecho		Insatisfecho	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
Nivel de satisfacción con el servicio de reservaciones	165	44,0%	205	54,7%
Nivel de satisfacción con el precio de entradas	52	13,9%	213	56,8%
Nivel de satisfacción con el servicio de seguridad	37	9,9%	212	56,5%
Nivel de satisfacción con el servicio de movilidad	237	63,2%	136	36,3%
Nivel de satisfacción con el precio de la cerveza	15	4,0%	163	43,5%
Nivel de satisfacción con el precio de los tragos	33	8,8%	180	48,0%
Nivel de satisfacción con el precio de las comidas	359	95,7%	16	4,3%
Nivel de satisfacción con el precio de los cigarrillos	58	15,5%	244	65,1%
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta las entradas	34	9,1%	215	57,3%
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta de tragos y cerveza	16	4,3%	193	51,5%
Nivel de satisfacción con el servicio de mozos y azafatas	16	4,3%	201	53,6%
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta de comida	19	5,1%	181	48,3%
Nivel de satisfacción con las ofertas para la venta de cigarrillos	155	41,3%	205	54,7%
Nivel de satisfacción con los espectáculos y artistas	101	26,9%	233	62,1%

Nivel de satisfacción con la publicidad ofrecida	335	89,3%	37	9,9%
Nivel de satisfacción con el horario de atención	41	10,9%	244	65,1%
Nivel de satisfacción con el servicio de wifi	159	42,4%	203	54,1%
Nivel de satisfacción con los m2 de la pista de baile	90	24,0%	283	75,5%
Nivel de satisfacción con infraestructura de los baños	116	30,9%	255	68,0%
Nivel de satisfacción con la fachada del local	135	36,0%	236	62,9%
Nivel de satisfacción con el estacionamiento	328	87,5%	46	12,3%
Nivel de satisfacción con la barra	97	25,9%	277	73,9%
Nivel de satisfacción con las zonas general o VIP	134	35,7%	239	63,7%
Nivel de satisfacción con la entrada y salida de emergencia del local	176	46,9%	199	53,1%
Nivel de satisfacción con la señalización y luces de emergencia	195	52,0%	169	45,1%
Nivel de satisfacción con el sonido y luces sicológicas	66	17,6%	255	68,0%
Nivel de satisfacción con las mesas y sillas del local	73	19,5%	282	75,2%

Fuente: elaboración propia, 2018.

En la tabla N° 16 se arrojaron resultados que mediante el cuestionario y los datos procesados en el programa SPSS se determinaron la demanda insatisfecha de los servicios por parte de la población del distrito de La Unión Piura.

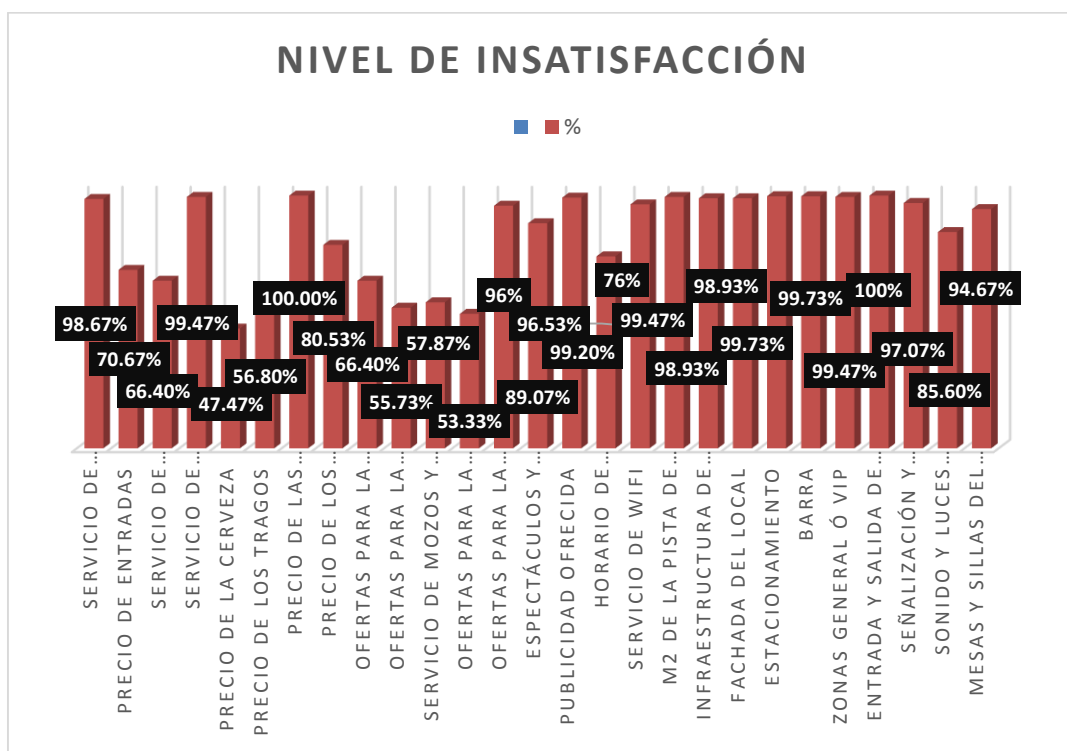


Gráfico 2.NIVEL DE INSATISFACCIÓN

Fuente: TABLA N°16.

En el gráfico N°2 se muestra el resumen de nivel de insatisfacción por parte de la población del distrito de La Unión- Piura tomando como fuente la tabla N°16 que son los datos que arrojó el programa estadístico SPSS de acuerdo a la encuesta que se le realizó a dicha población.

Tabla 17.DEMANDA INSATISFECHA TOTAL MONETARIA EN SOLES

DEMANDA INSATISFECHA MONETARIA EN SOLES		
Demanda dispuesta a pagar	Demanda insatisfecha	TOTAL
S/ 2'112,403.00	84.60%	S/ 1'787,092.94

Fuente: elaboración propia, 2018.

En la tabla N°17 se determinó de acuerdo a la demanda insatisfecha y la demanda muy insatisfecha por parte de los encuestados donde para la demanda insatisfecha tuvo un porcentaje de 32,02% y para la demanda muy insatisfecha arrojó un resultado de 52,57% lo cual se obtiene un promedio de 84.60% de población insatisfecha y muy insatisfecha, con ello la demanda dispuesta a pagar con la demanda insatisfecha se obtiene una demanda monetaria total de insatisfacción de S/.1'787,092.94 nuevos soles.

IV. DISCUSIÓN

Expuesto el análisis sobre los resultados obtenidos en la presente investigación, se procede a la discusión en relación a las teorías relacionadas que han sido desarrolladas anteriormente, así como los trabajos previos que han sido elaborados en función de la variable que se está investigando, la discusión será evaluada en relación y orden de cada objetivo de la presente investigación.

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la demanda de los servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura por lo que fue necesario diagnosticar la situación actual de los servicios del mismo distrito, como también fue necesario determinar la demanda actual de los servicios por parte de la población del distrito de La Unión, donde finalmente se determinó la demanda insatisfecha por parte de la población que asiste a estos establecimientos y hace consumo de los servicios de recreación nocturna del mencionado distrito.

De esta manera se logró analizar la demanda de servicios de recreación nocturna del distrito de La Unión- Piura a partir de datos veraces realizados a 375 personas encuestadas afuera de los dos establecimientos que existen en este distrito lo cual se utilizó como técnicas análisis documental, observación y una encuesta, lo cual sus respectivos instrumentos fueron simultáneamente validados por el Ing. Omar Rivera Calle y la Ing. Luciana Torres Ludeña.

El método empleado ha sido el adecuado al tratarse de una investigación descriptiva. Además, la muestra del estudio ha sido suficiente para garantizar la calidad de los resultados obtenidos al estar directamente relacionada con el tema de investigación.

En cuanto para determinar la demanda actual de servicios de recreación nocturna del distrito de La Unión se encontró algunas limitaciones para su elaboración; ya que como se encuestaron a diversas personas afuera de los establecimientos, tomando en cuenta que se hizo en diferentes días y en horas de funcionamiento a partir de las 22:00 horas hasta las 03:00 am, así como también en horarios de día donde se encuestó a las personas que demandan este tipo de servicios para luego los resultados ser procesados en el programa estadístico SPSS para así conocer la demanda insatisfecha por parte de la población del distrito de La Unión- Piura.

La investigación tiene un rango de aplicación limitado al tratarse de un análisis, donde los datos se han obtenido de la población que hace consumo de estos tipos de servicio como es

los servicios de recreación nocturna, por lo contrario, para otros análisis de demanda se toma la población no atendida. Por ello, el presente estudio servirá de apoyo para futuras investigaciones que busquen objetivos similares a los del proyecto.

Respecto al primer objetivo que fue diagnosticar la situación actual de los servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura, (LOPEZ, y otros, 2014), en su tesis donde desarrolla un plan de negocios para la implementación de un centro de diversión nocturno y lo que encontró fue que el 70% de los encuestados tienen preferencia a la discoteca magno, lo que llega a determinar dentro de su análisis de viabilidad de mercado. En la investigación realizada se encontró que únicamente existen 2 establecimiento de recreación nocturna: BURGER PUB KARAOKE “PISCIS y el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”, ambas empresas ofrecen servicios similares, sin embargo, la primera es preferida por el 56.3% de los habitantes entre 18 a 45 años del distrito de La Unión- Piura, mientras que a la segunda la prefieren el 43.7% restante. Los resultados de la guía de observación de las condiciones de servicio para el Burger pub karaoke piscis arroja un promedio de satisfacción de 41%, y la observación sobre las condiciones de ambiente e infraestructura mostraron un 38% de satisfacción, asimismo los resultados de la guía de observación de condiciones de servicio para el Video pub “Sabor y salsa” arrojó un promedio de satisfacción de 35%, y para la observación sobre las condiciones de ambiente e infraestructura mostraron un 26% de satisfacción.

Respecto al segundo objetivo Según (MARCUSE, 2011) define la demanda como los bienes y servicios que pueden cuantificarse en forma íntegra por los consumidores es decir, la cantidad específica que pueden comprar para cubrir sus necesidades, en la investigación la demanda ha sido medida en unidades monetarias para lo cual fue preciso calcular el gasto promedio mensual de la población en el que se llegó a determinar en S/.137.00 nuevos soles. Esto representa una demanda total en el distrito de La Unión de 2,112.403.00 soles.

Respecto al tercer objetivo que fue determinar la demanda insatisfecha de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura, (SANCHEZ, 2016) en su tesis donde realiza un proyecto de factibilidad para crear un BAR KARAOKE, lo que encontró fue que existía demanda insatisfecha por parte de la población de dicha localidad de un 75% para los 3 locales que existen en la ciudad de Catamayo, Loja- Ecuador que llega a determinar mediante una encuesta realizada a la población. En la investigación realizada se encontró un

promedio de insatisfacción de 84.60% por parte de la población encuestada, asimismo una demanda de insatisfacción monetaria de S/.1'787,092.94 nuevos soles.

V. CONCLUSIONES

- De acuerdo al diagnóstico de la situación actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión – Piura se logró diagnosticar que existen 2 locales que ofrecen este tipo de servicio, asimismo se logró diagnosticar las condiciones de servicio para el BURGER PUB KARAOKE PISCIS un promedio de 41% y para VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” un promedio de 35%, así como también se logró diagnosticar las condiciones de ambiente e infraestructura para el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” un promedio de 38% y para el VIDEO PUB SABOR Y SALSA un promedio de 26%.
- De acuerdo a la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión – Piura, se logró determinar la demanda actual de servicios para el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” con una demanda de 56,3%, y donde también se logró determinar la demanda para el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” con una demanda de 43,7%. asimismo, con una demanda dispuesta a pagar de S/.137.00 nuevos soles y con una demanda global de la población de S/.2’212,403.00 nuevos soles.
- De acuerdo a la demanda insatisfecha de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión – Piura, se logró determinar la demanda insatisfecha de un 84.60% y una demanda insatisfecha monetaria de S/.1’787,092.94 nuevos soles.
- En el presente trabajo de investigación se analizó la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura, donde se determinó que para los dos locales existentes en el mencionado distrito existe una demanda insatisfecha por parte de la población que consume este tipo de servicios, principalmente una insatisfacción en la venta de comidas en los dos establecimientos.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los propietarios de ambos establecimientos mejorar las condiciones de servicio ya que existe un promedio de 41% para el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” y un promedio de 35% para el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”, preferentemente para poder ofrecer un mejor servicio en la venta de comidas, asimismo mejorar la infraestructura ya que existe para el BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” un promedio de 38% y para el VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” un promedio de 26% respecto a las condiciones de ambiente e infraestructura.
- Se recomienda a los empresarios dedicados a ofrecer este tipo de servicios inviertan en este tipo de servicios ya que existe una demanda global por parte de la población de S/.2'212,403.00 nuevos soles, lo cual ellos no pueden cerrar estos establecimientos ya que la demanda monetaria es positiva por parte de la población de este distrito.
- Se recomienda investigar estrategias para mejorar los servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión ya que existe un promedio de 84,60% de insatisfacción por parte de la población que asiste a estos establecimientos.

VII. REFERENCIAS

ESPINOSA, Roberto. 2013. welcome to the new marketing . [En línea] 17 de Septiembre de 2013. [Citado el: 10 de Mayo de 2018.] <http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>.

FLORES, Alcides. 2013. Proyectos de Inversión. Lima, Perú : Editorial imprenta Unión de la Universidad Peruana Unión., 2013.

HERNANDEZ, Araceli. 2014. Economía. La Loma Tlalnepantla : UNID, 2014.

HERVÁS, Víctor. 2013. Plan de empresa para establecimiento de ocio nocturno. Valencia : s.n., 2013.

LA REPÚBLICA. 2017. Piura contribuye a crecimiento económico en la zona norte. La República. [En línea] 21 de enero de 2017. [Citado el: 10 de Abril de 2018.] <https://larepublica.pe/sociedad/1009237-piura-contribuye-a-crecimiento-economico-en-la-zona-norte>.

MARTÍN, Karina. 2017. Perú será el país con mayor crecimiento económico de Latinoamérica en 2018. Perú 21. Diaria, 2017, 3158.

MARTINEZ, Reguant. 2014. Operacionalización de conceptos/variables. Barcelona, España. : Barcelona: Dipósit Digital de la UB, 2014.

MATURANA, Gonzalo. 2010. La oferta y la demanda. [En línea] 2010. [Citado el: 01 de Mayo de 2018.] https://www.u-cursos.cl/usuario/fb350bc1c5f2284f920c96b0255cfe29/mi_blog/r/2-Conceptos_basicos_de_oferta_y_demanda.pdf.

MORA, Martín. 2014. Análisis del comportamiento del consumidor de las discotecas exclusivas en el distrito Metropolitano de Quito. Quito : s.n., 2014.

NUÑEZ, Fernando. 2010. [En línea] 2010. [Citado el: 10 de Mayo de 2018.] http://www.esi2.us.es/~fnunez/Texto/2_MercadoDeUnBien.pdf.

OLIVERA, Jaime. 2014. Fundamentos de Economía. La Loma Tlalnepantla : UNID Digital, 2014.

PALADINES, Rosario. 2016. Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Centro Turístico Recreacional en la Ciudad de Portovelo, Cantón Portovelo, Provincia de EL Oro.

Tesis previa a la obtención de Ingeniería en Administración de Empresas. Loja, Ecuador : Universidad Nacional de Loja, 2016.

PICKERS, Simeón. 2015. Cómo determinar el tamaño de una muestra. [En línea] 04 de noviembre de 2015. [Citado el: 01 de junio de 2018.] <http://www.psymba.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>.

QUINTANILLA, Wilmer. 2014. Centro Recreacional Turístico para la Cuenca Media del Valle de Ingenio. Tesis para optar el Título Profesional de Arquitecto. Huancayo, Perú : Universidad Nacional del Centro del Perú, 2014.

RENIEC. 2011. Elecciones/ Padrón electoral. Elecciones Regionales y Municipales 2010. [En línea] 2011. [Citado el: 02 de Junio de 2018.] <https://www.web.onpe.gob.pe/elecciones/padron-electoral/>.

RIVERA, José. 2018. Crecimiento económico regional depende de inversiones del 2018. El Tiempo.pe. [En línea] 16 de Mayo de 2018. [Citado el: 18 de Mayo de 2018.] <http://eltiempo.pe/piura-crecimiento-regional-inversiones-vp/>.

RODRIGUEZ, Henry. 2017. Análisis de demanda turística en Urdesa para el diseño de una cafetería galería fotográfica. Guayaquil, Ecuador : s.n., 2017.

VILLEGAS, Enrique. 2014. La Unión es un polo económico, pero la insalubridad posterga su desarrollo y crecimiento social”. La República. [En línea] 12 de Febrero de 2014. [Citado el: 17 de Mayo de 2018.] <https://larepublica.pe/archivo/771867-la-union-es-un-polo-economico-pero-la-insalubridad-posterga-su-desarrollo-y-crecimiento-social>.

VIII. ANEXOS

Anexo 1.FORMATO DE ORIGINALIDAD

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **MAXIMO JAVIER ZEVALLOS VILCHEZ**, docente revisor del trabajo investigación de la Universidad César Vallejo Piura, titulado **"ANÁLISIS DE DEMANDA DE SERVICIOS DE RECREACIÓN NOCTURNA EN EL DISTRITO DE LA UNIÓN- PIURA"**, del estudiante **PAICO SANCHEZ, JAIRO JOEL**, he constatado que la investigación tiene un índice de similitud de 18 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin. El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 29 de noviembre de 2018



Mg. MAXIMO JAVIER ZEVALLOS VILCHEZ

DNI: 03839229

Anexo 2.MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema General	Objetivo General	Preguntas Específicas	Objetivos Específicos	Variables	Dimensión	Indicadores	Unidad de análisis	Población	Muestra	Tipo de muestreo	Técnicas	Instrumentos
Análisis de demanda de servicios de recreación nocturna en el Distrito de La Unión- Piura	¿Cuál es la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura?	Analizar la demanda de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura.	¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual de servicios de recreación nocturna en el Distrito de La Unión - Piura?	Diagnosticar la situación actual de servicios de recreación nocturna en el Distrito de La Unión- Piura.		Mercado de la Oferta Actual	Número de empresas por rubro	Empresa	2	---	---	Análisis documental.	Reporte de empresas por rubro (Anexo N°3.1)
							Número de empresas por tipo.					Análisis documental.	Reporte de empresas según su tipo (Anexo N°3.2)
							Nivel de cumplimiento de condiciones de servicio					Observación	Guía de Observación de condiciones de servicio (Anexo N°3.3).
							Nivel de cumplimiento de condiciones de ambiente e infraestructura.					Observación	Guía de observación de condiciones de ambiente e infraestructura. (Anexo N°3.4)
			¿Cuál es la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura?	Determinar la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el Distrito de la Unión- Piura.	Análisis de la Demanda	Mercado de la Demanda Actual	Nivel de satisfacción de los usuarios	Poblador	15,419	375	Muestreo Probabilístico Simple	Encuesta	Cuestionario de Satisfacción de los usuarios (Anexo N°3.5)
			¿Cuál es el la demanda insatisfecha de los servicios de recreación nocturna en el Distrito de La Unión - Piura?	Determinar la demanda insatisfecha de servicios de recreación nocturna en el Distrito de La Unión - Piura.		Demanda Insatisfecha	Nivel de cantidad de Demanda Insatisfecha	Empresa y Poblador	15,419	375	Muestreo Probabilístico Simple	Análisis documental	Reporte de comparación de los indicadores de Oferta y Demanda (Anexo N°3.6)

Anexo 3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Anexo 3.1 Reporte de empresas por rubro

REPORTE DE EMPRESAS POR RUBRO					
Nº	FECHA	Nº LIC.	NOMBRE DEL PROPIETARIO	RUBRO	DIRECCIÓN

Elaboración propia

Anexo 3.2 Reporte de empresas por rubro

REPORTE DE EMPRESAS POR TIPO					
Nº	FECHA	Nº LIC.	NOMBRE DEL PROPIETARIO	TIPO	DIRECCIÓN

Elaboración propia

Anexo 3.3 Guía de observación condiciones de servicio

GUÍA DE OBSERVACIÓN CONDICIONES DE SERVICIO							
Nombre de la empresa:							
Nombre del Observador:							
Objetivo: observar y evaluar las condiciones servicios que ofrecen las empresas de recreación nocturna del distrito La Unión- Piura.							
Instrucciones: observar la ejecución de las condiciones de servicios marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo a la escala de Likert, siendo el 5 la respuesta mejor valorada y el 1 la respuesta peor valorada.							
Nº	Aspectos a evaluar	1	2	3	4	5	OBSERVACIONES
1	Cuenta con servicios para hacer reservas						
2	Ofrece venta de entradas						
3	Cuenta con servicio de seguridad						
4	Cuenta con servicio de movilidad						
5	Ofrece venta de cerveza						
6	Ofrece venta de tragos						
7	Ofrece venta de comida						
8	Ofrece venta de cigarrillos						
9	Ofrece información de marketing						
10	Ofrece ofertas para la venta entradas						
11	Ofrece ofertas en venta de tragos y cerveza						
12	Ofrece servicio de mozos y azafatas						
13	Ofrece ofertas para venta de comida						
14	Ofrece ofertas para venta de cigarrillos						
15	Ofrece espectáculos y artistas						
16	Cumple el horario de atención establecido						
17	Ofrece servicio de wifi						

Fuente: elaboración propia, 2018.

Anexo 3.4 Guía de observación condiciones ambiente e infraestructura

GUÍA DE OBSERVACIÓN CONDICIONES DE AMBIENTE E INFRAESTRUCTURA							
Nombre de la empresa:							
Nombre del Observador:							
Objetivo: observar y evaluar las condiciones de ambiente e infraestructura que ofrecen las empresas de recreación nocturna del distrito La Unión- Piura.							
Instrucciones: observar la ejecución de las condiciones de ambiente e infraestructura marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo a la escala de Likert, siendo el 5 la respuesta mejor valorada y el 1 la respuesta peor valorada.							
Nº	Aspectos a evaluar	1	2	3	4	5	OBSERVACIONES
1	Cuenta con una pista de baile amplia						
2	Cuenta con baños adecuados						
3	Cuenta con una fachada llamativa						
4	Cuenta con estacionamiento para carros						
5	Cuenta con una barra amplia						
6	Cuenta con zona general o VIP						
7	Cuenta con amplia entrada y salida de emergencia						
8	Cuenta con señalización y luces de emergencia						
9	Cuenta con sonido y luces adecuadas						
10	Cuenta con sillas y mesas suficientes						

Fuente: elaboración propia, 2018.

Anexo 3.5 Cuestionario satisfacción de los usuarios

CUESTIONARIO SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS												
Por favor puntúe de 1 a 5 las siguientes preguntas, siendo el 5 la respuesta mejor valorada y el 1 la respuesta peor valorada.												
Edad:		Género:	M	F	¿Cuánto es lo que estaría dispuesto a gastar mensualmente en este tipo de servicios que ofrecen los establecimientos?						S/.	
N°	ASPECTOS A EVALUAR	EMPRESA "A"					EMPRESA "B"					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Está satisfecho con el servicio de reservaciones											
2	Está satisfecho con el precio de entradas											
3	Está satisfecho con el servicio de seguridad											
4	Está satisfecho con el servicio de movilidad											
5	Está satisfecho con el precio de la cerveza											
6	Está satisfecho con el precio de los tragos											
7	Está satisfecho con el precio de las comidas											
8	Está satisfecho con el precio de los cigarrillos											
9	Está satisfecho con la publicidad brindada											
10	Está satisfecho con las ofertas de las entradas											
11	Está satisfecho con las ofertas de tragos y cerveza											
12	Está satisfecho con el servicio de mozos y azafatas											
13	Está satisfecho con las ofertas de la venta de comida											
14	Está satisfecho con las ofertas de los cigarrillos											
15	Está satisfecho con los espectáculos y artistas											
16	Está satisfecho con el horario de atención											
17	Está satisfecho con el servicio de wifi											
18	Está satisfecho con la pista de baile											
19	Está satisfecho con los baños											
20	Está satisfecho con la fachada											
21	Está satisfecho con el estacionamiento											
22	Está satisfecho con la barra											
23	Está satisfecho con las zonas general o VIP											
24	Está satisfecho con la entrada y salida de emergencia del local											
25	Está satisfecho con la señalización y luces de emergencia											
26	Está satisfecho con el sonido y las luces sicológicas											
27	Está satisfecho con las mesas y sillas del local											

Fuente: elaboración propia, 2018.

Anexo 3.6 Reporte del análisis documental Oferta y Demanda

REPORTES DEL ANÁLISIS DOCUMENTAL DE OFERTA Y DEMANDA		
Elaborado por:		Revisado por:
Nº	ASPECTOS A EVALUAR	RESULTADO DEL ANÁLISIS
1	Está satisfecho con el servicio de reservaciones	
2	Está satisfecho con el precio de entradas	
3	Está satisfecho con el servicio de seguridad	
4	Está satisfecho con el servicio de movilidad	
5	Está satisfecho con el precio de la cerveza	
6	Está satisfecho con el precio de los tragos	
7	Está satisfecho con el precio de las comidas	
8	Está satisfecho con el precio de los cigarrillos	
9	Está satisfecho con la publicidad brindada	
10	Está satisfecho con las ofertas de las entradas	
11	Está satisfecho con las ofertas de tragos y cerveza	
12	Está satisfecho con el servicio de mozos y azafatas	
13	Está satisfecho con las ofertas de la venta de comida	
14	Está satisfecho con las ofertas de los cigarrillos	
15	Está satisfecho con los espectáculos y artistas	
16	Está satisfecho con el horario de atención	
17	Está satisfecho con el servicio de wifi	
18	Está satisfecho con la pista de baile	
19	Está satisfecho con los baños	
20	Está satisfecho con la fachada	
21	Está satisfecho con el estacionamiento	
22	Está satisfecho con la barra	
23	Está satisfecho con las zonas general o VIP	
24	Está satisfecho con la entrada y salida de emergencia del local	
25	Está satisfecho con la señalización y luces de emergencia	
26	Está satisfecho con el sonido y las luces sicológicas	
27	Está satisfecho con las mesas y sillas del local	

Fuente: elaboración propia, 2018.

Anexo 4.PRIMERA VALIDACIÓN



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Luciana Mercedes Torres Ludeña con DNI N° 02854952, Magister en Administración con Mención en Gerencia Empresarial, con N° CIP 94321, de profesión Ingeniera Industrial, desempeñándome actualmente como Docente Adscrita en el Departamento de Investigación de Operaciones de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Guía de Observación de Condiciones de Servicio
- Guía de Observación de Condiciones de Ambiente e Infraestructura
- Cuestionario Satisfacción de los Usuarios

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Luciana', is located to the left of the text block below. The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke extending to the left.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Guía de observación de condiciones de servicio	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

[Handwritten signature]

Guía de Observación de condiciones de ambiente e infraestructura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Cuestionario de Satisfacción de los usuarios	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	



En señal de conformidad, firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de junio del dos mil dieciocho.



Luciana Mercedes : Ludeña
Ingeniero Industrial
Registro CIP N° 84321

Mgtr. : Ing. MBA LUCIANA MERCEDES TORRES LUDENÁ
DNI : 02854952
Especialidad : Ingeniera Industrial
E-mail : ing.lucianatorres@gmail.com

ANEXO N°4.1: CONSTANCIA DE SEGUNDA VALIDACIÓN



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Omar Rivera Calle con DNI N° 02884211, con N° CIP 102776, de profesión Ingeniero Industrial, desempeñándome actualmente como Docente Tiempo Completo de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad César Vallejo- Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Guía de Observación de Condiciones de Servicio
- Guía de Observación de Condiciones de Ambiente e Infraestructura
- Cuestionario Satisfacción de los Usuarios

A handwritten signature in black ink is located to the right of the list of instruments. The signature is stylized and appears to be the name of the validating professional.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Relación entre los 2 primeros instrumentos y el tercero son acortarlos. Observaciones levantadas.

Guía de observación de condiciones de servicio	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Guía de Observación de condiciones de ambiente e infraestructura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Cuestionario de Satisfacción de los usuarios	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	



En señal de conformidad, firmo la presente en la ciudad de Piura a los 19 días del mes de junio del dos mil dieciocho.



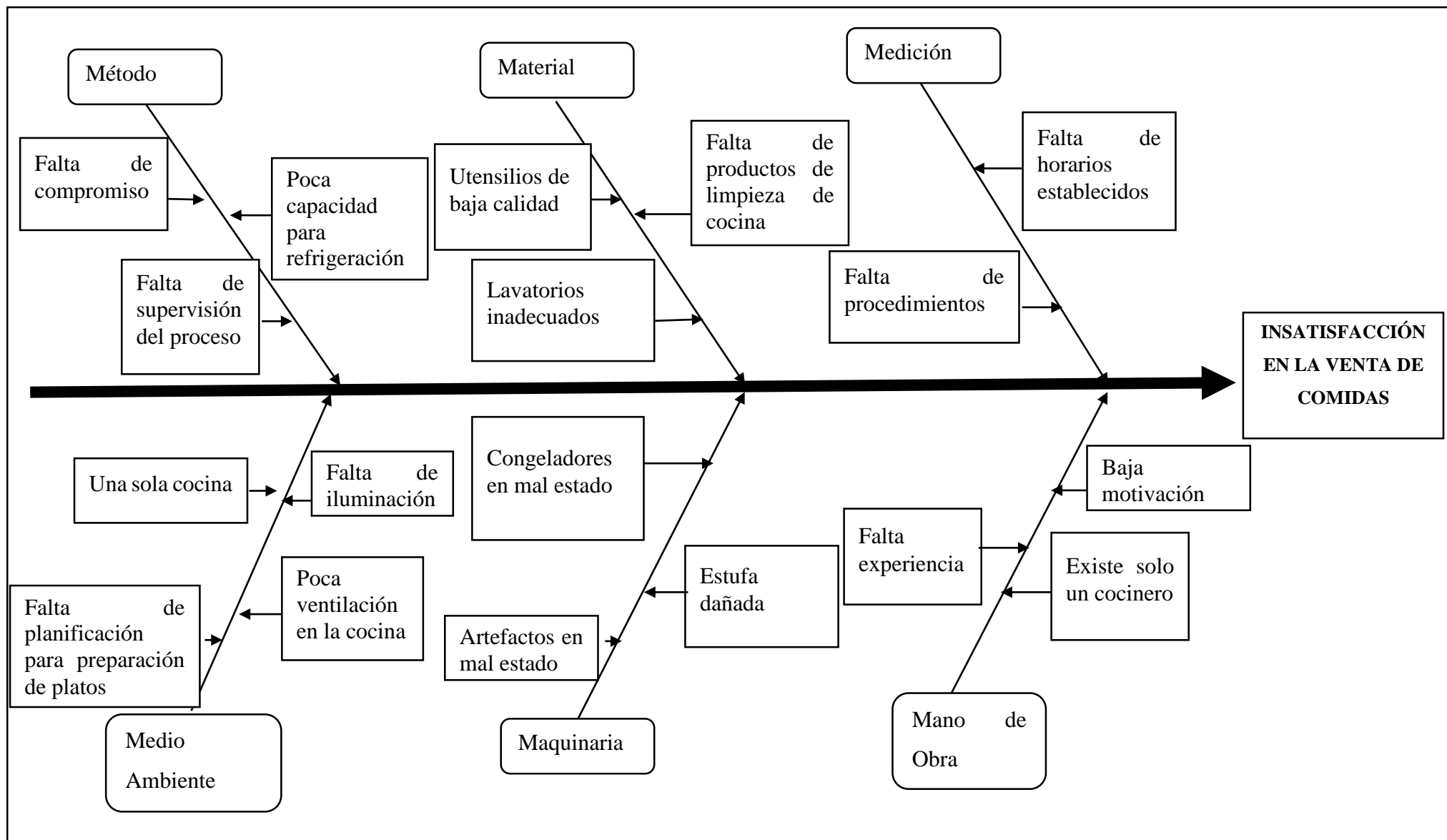
Ing.	:	Ing. OMAR RIVERA CALLE
DNI	:	02884211
Especialidad	:	Ingeniero Industrial
E-mail	:	orivera@ucv.edu.pe

Anexo 5.MÉTODO DE INGENIERÍA

- Diagnosticar la situación actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

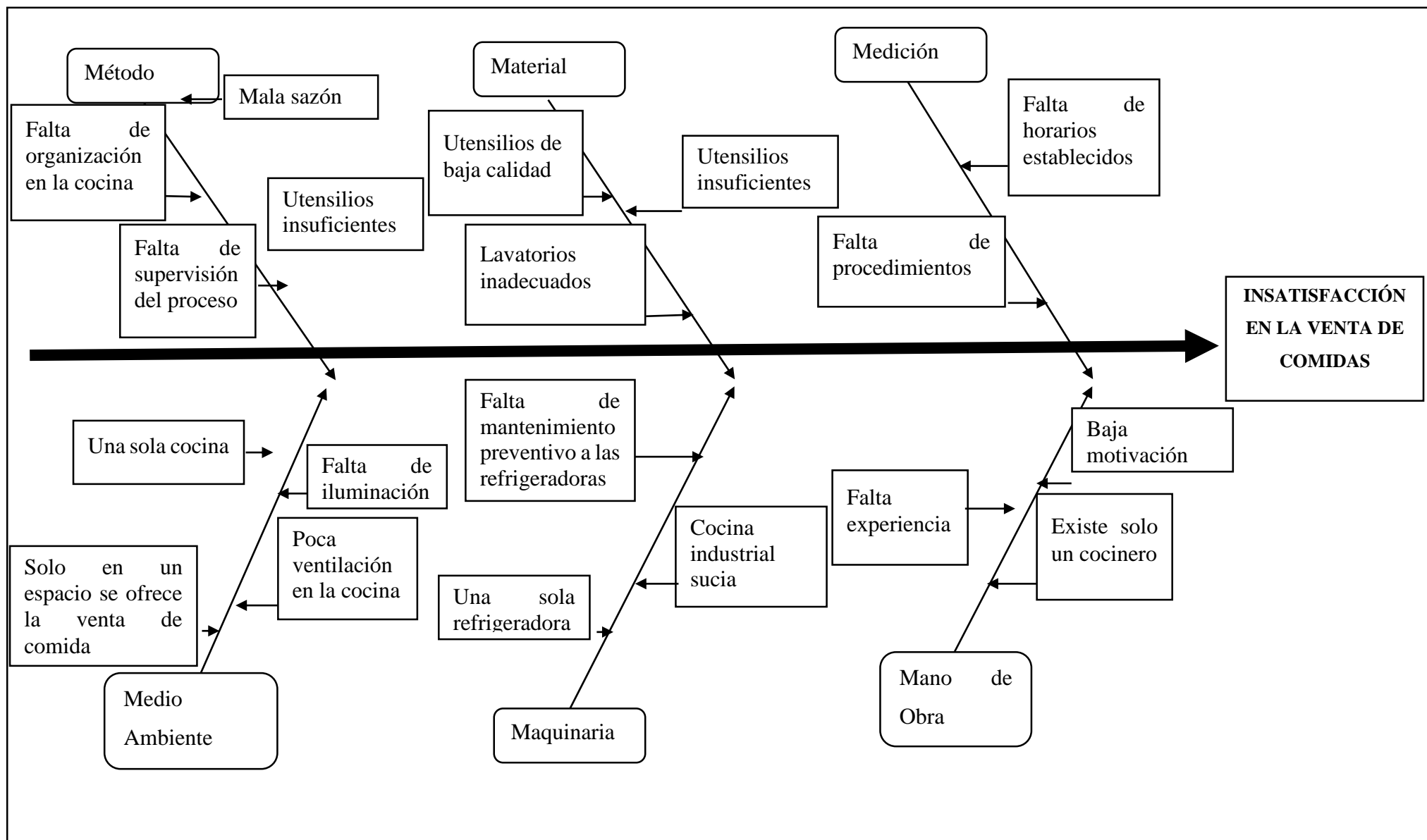
Para diagnosticar la situación actual se utilizó la herramienta de calidad **Diagrama de Ishikawa** ya que de acuerdo los resultados que arrojó la guía de observación de las condiciones de servicio para el establecimiento BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” con un nivel de su nivel de condición de servicio más bajo es en el servicio de la venta de comidas lo cual con el diagrama de Ishikawa se identificaron las causas principales para este problema que es el que más afecta la situación actual del establecimiento.

ANEXO N°5.1:DIAGRAMA ISHIKAWA BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”

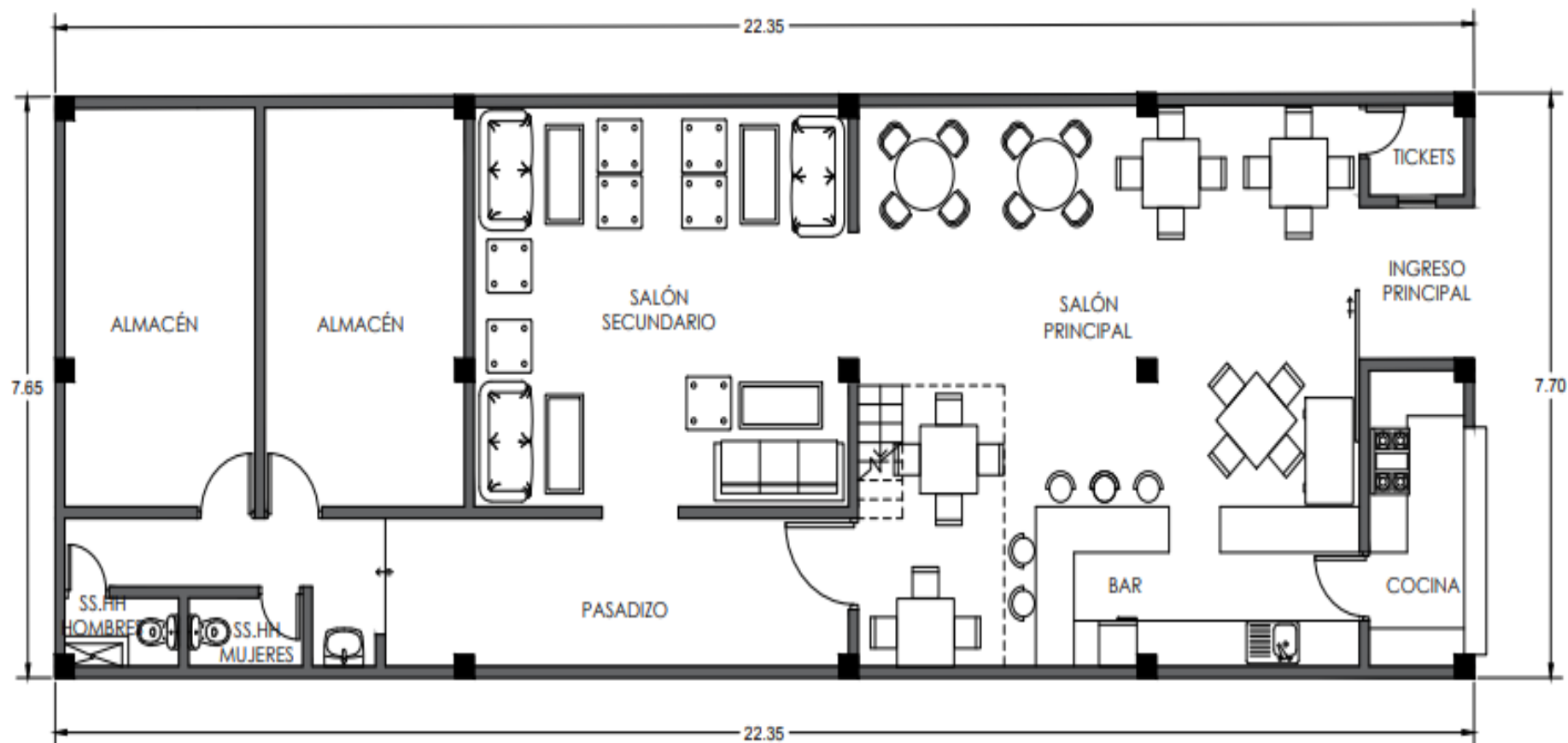


Asimismo, para diagnosticar la situación actual se utilizó la herramienta de calidad Diagrama de Ishikawa ya que de acuerdo a los resultados que arrojó la guía de observación para el establecimiento VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” su nivel de condición de servicio más bajo es en el servicio de la venta de comidas lo cual con el diagrama de Ishikawa se identificaron las causas principales para este problema que es el que más afecta la situación actual del establecimiento.

ANEXO N°5.2:DIAGRAMA ISHIKAWA VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”



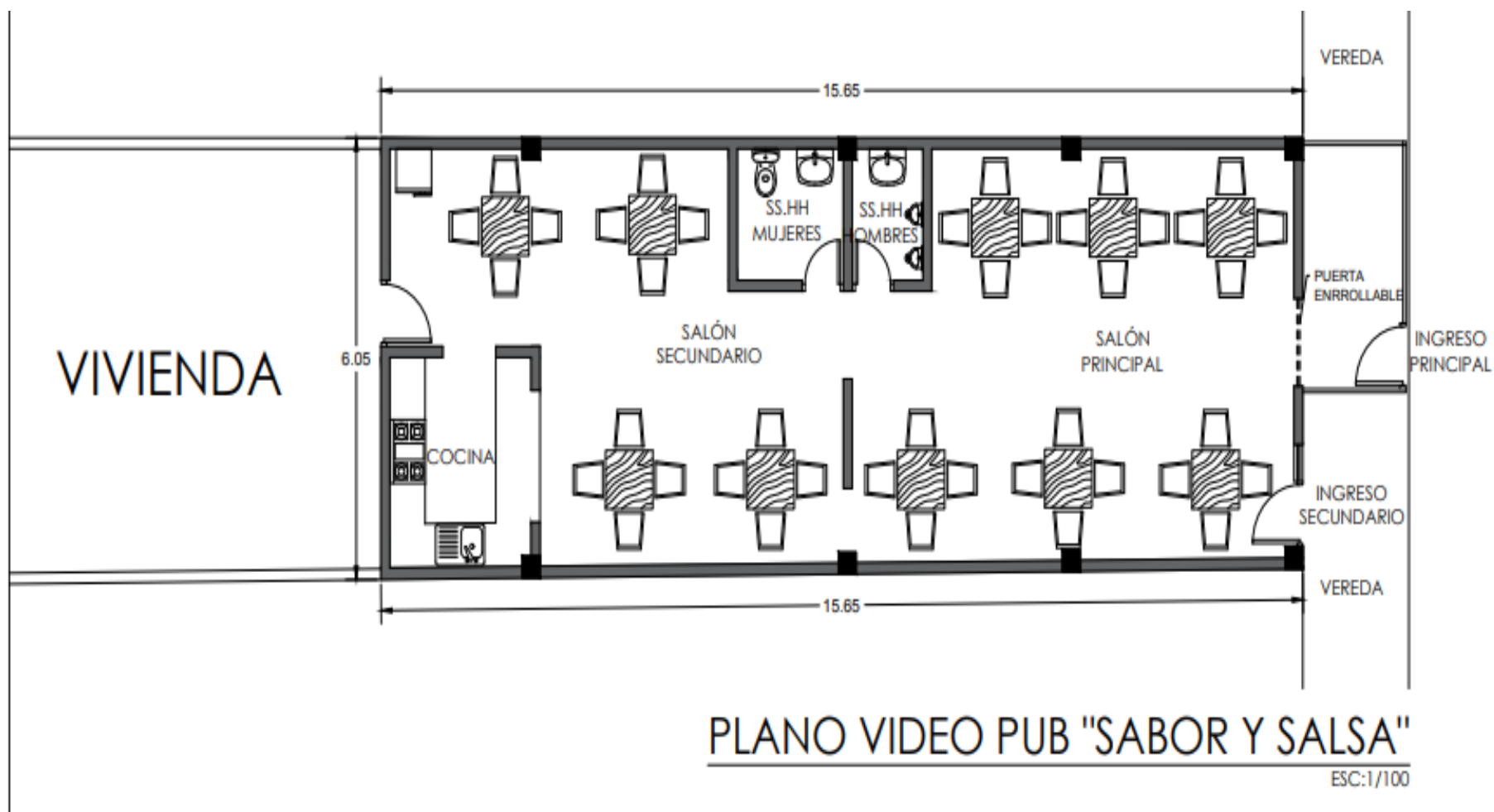
Asimismo, para diagnosticar la situación actual se realizó una distribución de planta donde se especifican las medidas exactas y los espacios con los que cuenta el establecimiento BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” de acuerdo a la guía de observación de ambiente e infraestructura



PLANO BURGER PUB KARAOKE "PISCIS"

ESC:1/100

Asimismo para diagnosticar la situación actual se realizó una distribución de planta donde se especifican las medidas exactas y los espacios con los que cuenta el establecimiento VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” de acuerdo a la guía de observación de ambiente e infraestructura.



- Determinar la demanda actual de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

Tabla 18.DEMANDA ACTUAL DE SERVICIOS

	BURGER PUB KARAOKE PISCIS		VIDEO PUB SABOR Y SALSA	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
Tipo de empresa	211	56,3%	164	43,7%

Fuente: elaboración propia, 2018.

Para determinar la demanda actual se realizó **una distribución muestral** de acuerdo a la encuesta que arrojó los datos procesados en el programa SPSS, donde se cuestionó de acuerdo a la muestra de 375 personas lo cual 211 prefirieron el local BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” que representó un 56,3% de la muestra total, asimismo 164 personas prefirieron el local VIDEO PUB “SABOR Y SALSA” que representó un 43,7 de la muestra total que se muestran en la tabla N°08.

Tabla 19.DEMANDA ACTUAL MONETARIA

DEMANDA ACTUAL MONETARIA DE LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN NOCTURNA				
Rango		Demanda	Consumo Promedio	Gasto promedio mensual
50	99	69	S/ 5.141	S/ 137
100	149	144	S/ 17.928	
150	199	162	S/ 28.269	
		375	S/ 51.338	

Fuente: elaboración propia, 2018.

Asimismo para el gasto de promedio mensual de la demanda actual de servicios de recreación nocturna de acuerdo a la encuesta realizada y datos procesados en el programa SPSS a las 375 personas del distrito de La Unión la demanda monetaria actual es de S/.137.00 nuevos soles mensualmente.

Tabla 20.DEMANDA DE SERVICIOS DE POBLACIÓN

Demanda		Población
Burger Pub Karaoke "Piscis"	Video Pub "Sabor y Salsa"	
56,30%	43,70%	15419
8681	6738	

Fuente: elaboración propia, 2018.

De acuerdo a la encuesta y los datos procesados en el programa SPSS, la demanda de servicios de recreación nocturna de acuerdo a la población de los habitantes del distrito de La Unión- Piura de 18 a 45 años de edad que acuden a los locales es de 8,681 personas que representa el 56,30 % de la población de 15,419 habitantes prefirieron el establecimiento BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”, asimismo 6,738 personas que representa el 43,70 de la población de 15,419 habitantes prefirieron el establecimiento VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”.

- Determinar la demanda insatisfecha de servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión - Piura.

Tabla 21.DEMANDA INSATISFECHA

Nivel de insatisfacción	%
servicio de reservaciones	98,67%
precio de entradas	70,67%
servicio de seguridad	66,40%
servicio de movilidad	99,47%
precio de la cerveza	47,47%
precio de los tragos	56,80%
precio de las comidas	100,00%
precio de los cigarrillos	80,53%
ofertas para la venta las entradas	66,40%
ofertas para la venta de tragos y cerveza	55,73%
servicio de mozos y azafatas	57,87%
ofertas para la venta de comida	53,33%
ofertas para la venta de cigarrillos	96%
espectáculos y artistas	89,07%
publicidad ofrecida	99,20%
horario de atención	76%
servicio de wifi	96,53%
m2 de la pista de baile	99,47%
infraestructura de los baños	98,93%
fachada del local	98,93%
estacionamiento	99,73%
Barra	99,73%
zonas general o VIP	99,47%
entrada y salida de emergencia del local	100%
señalización y luces de emergencia	97,07%
sonido y luces sicodélicas	85,60%
mesas y sillas del local	94,67%

Se realizó **una tabla de frecuencia** de acuerdo a la encuesta realizada y los datos procesados en el programa SPSS, donde se sumó los porcentajes de personas muy insatisfechas e insatisfechas de acuerdo al cuestionario de satisfacción donde se muestran los siguientes valores en porcentaje de insatisfacción de acuerdo a los servicios que ofrecen los dos establecimientos de recreación nocturna del distrito de La Unión- Piura.

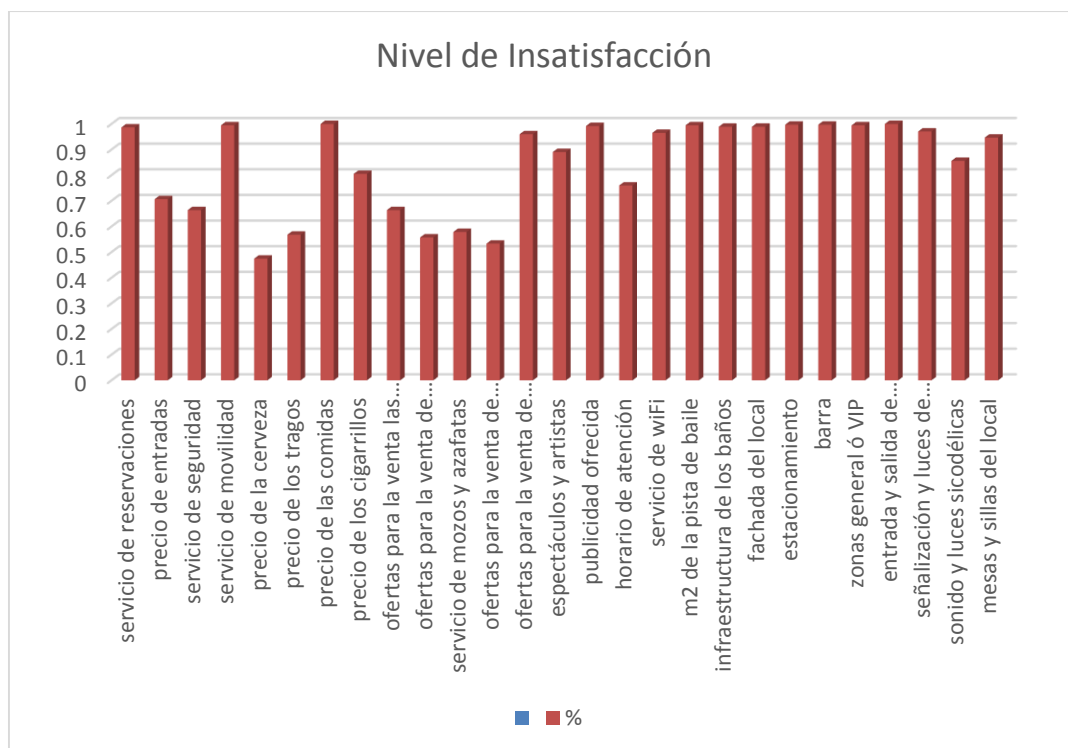


Gráfico 3.NIVEL DE INSATISFACCIÓN

Fuente: Tabla N°21

De acuerdo a los datos obtenidos por el cuestionario y ejecutados en el programa SPSS se muestra en el gráfico N°3 el porcentaje de insatisfacción por parte de los clientes que visitan los establecimientos.

Anexo 6.SOLICITUD PARA ACCESO A INFORMACIÓN

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

SOLICITO: INFORMACIÓN DE SERVICIOS DE
RECREACIÓN NOCTURNA QUE CUENTEN CON
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

SEÑOR WALTER AYALA ANTÓN
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LA UNIÓN



Yo, PAICO SANCHEZ JAIRO JOEL, con DNI N° 72029914, con domicilio en A.H.
Leoncio Amaya Mz. C Lote 12, distrito La Unión, ante Ud. me presento y expongo lo
siguiente:

Que, siendo estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad
César Vallejo y siendo necesario contar la información que sustente el título de mi tesis
"Análisis de la demanda de los servicios de recreación nocturna en el distrito de La
Unión – Piura", por tal motivo, me acerco a su despacho para solicitar ordene a quien
corresponda se sirva brindar dicha información.

Por lo expuesto:

Mucho agradeceré acceder a lo solicitado, por ser de justicia.

La Unión, 19 de Abril de 2018

PAICO SANCHEZ JAIRO JOEL
DNI N° 72029914

Anexo 7. ESTABLECIMIENTOS DEL DISTRITO LA UNIÓN- PIURA

RESTAURANTES, BARES, SNACK Y OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE CUENTAN CON LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

N°	FECHA	N° LIC.	NOMBRE DEL PROPIETARIO	RUBRO	DIRECCION
1	15/08/2008	001049	SANTOS IMAN MARIA JESUS	BAR Picanteria: TRES MARIAS	C. CAJAMARCA - L.U
2	20/10/2008	001060	VEGA ALARCON MARIA ADELAIDA	BAR Picanteria: LAS DELICIAS	C. TUMBES N° 103 - L.U
3	18/03/2009	001069	SANTOS ELIAS CECILIA	BAR Picanteria: LAS NUEVAS CAÑITAS	C. C. VALLEJO N° 213- B. EL CAR, EN - L.U
4	26/03/2009	001078	CARRASCO DE GALECIO MERCEDES	BAR Picanteria: PARAISO	JR. LA ISLA - L.U
5	26/03/2009	001079	RAMOS DE CHUNGA LUISA	BAR PEÑA : MI AURELIA	C. TUMBES N° 613 - L.U
6	01/10/2009	001322	PINGO GUNGA LEONCIO GASPAR	BAR RESTAURANT EL RANCHO GRANDE	C. LIBERTAD N° 407 - L.U
7	12-Set-10	001137	COBEÑAS PAICO GONZALO	RESTAURANT PEÑA "CASA BLANCA"	C. UNIÓN S/N - LA UNIÓN
8	14/09/2010	001351	CHUNGA BAYONA HILDA	BAR RESTAURANT	JR. LA ISLA - L.U
9	11/11/2010	001140	MARIA BERTILDE RUIZ PAIVA	BAR CEBICHERIA "EL PEZ DE ORO"	C. CESAR VALLEJO N° 206
10	02-Dic-10	001145	REYES HUERTAS MARTINA	CEBICHERIA MI MILAGRITOS	HUEREQUEQUE - LA UNIÓN
11	24/02/2011	001156	AYALA BAYONA CECILIA CONSUELO	RESTAURANT DISCOTECA LAS REJAS	Jr. CHEPA SANTOS - LA UNIÓN
12	01/03/2011	001152	TEMOCHE UBILLÚS IDAR GEMÍN	COTATOS PUB KARAOKE	Mz. B Lt. 06 A.H. J.C.M - LA UNIÓN
13	05/05/2011	001175	MENDOZA JUÁREZ MARÍA	PICANTERIA "EL PLEBEYO"	CALLE VÍCTOR RAÚL N° 549 - LA UNIÓN
14	13/05/2011	001176	RAMOS ANCAJIMA JUAN	BAR REST. SABOR NORTEÑO	Av. LIMA 335 - TABLAZO. NORTE
15	17/05/2011	001179	MANUEL J. VELIZ VALERIO	RESTAURANT POLLERIA "EL CARBONCITO"	AV. LIMA N°570-BARRIO LA CAPILLA
16	25/05/2011	001181	MARJORIE RODRIGUEZ MORANTE	RESTAURAMT HELADERIA "LA DELICIAS"	AV. LIMA N°729-BARRIO EL CARMEN
17	09/06/2011	001185	GARCIA BAYONA MARÍA	PICANTERIA VIRGEN DEL CARMEN	CALLE TUMBES N° 331 - LA UNIÓN
18	10/06/2011	001186	CHULLY CHUNGA MARÍA E.	BAR Picanteria "LOS CANARIOS"	CALLE CALLAO S/N° B. SAN SEB. - L.U
19	10/08/2011	001204	IMÁN ANCAJIMA MARIA AGUSTINA	BAR CEBICHERIA "PAMELA"	C. VICTOR RAUL S/N° - B. SAN JOSÉ - L.U
20	29/09/2011	001216	CHUNGA RUIZ JUAN FCO.	RESTAURANT "SABOR CRIOLLO"	CALLE TUMBES N°603-B. PUNTA ARENA
21	02/09/2011	001209	CHAMORRO HUAMAN SOFIA C.	RESTAURANT "BON APPETIT"	JR. LA ISLA S/N - LA UNION



22	09/09/2011	001217	ELIAS ELIAS RAFAELLA	CEVICHERIA "FLOR DE MARIA"	CALLE AYACUCHO N°341-B. EL CARMEN
23	27/11/2011	001222	GOMEZ CARDENAS GINO HERMES	RESTAURANT POLLERIA "GINO'S CHICKEN"	CALLE UNION N°553-BARRIO LA CAPILLA
24	28/11/2011	001234	FLORES RENGIFO LUZ	BAR PICANTERIA "LA LORETANA"	CALLE TUMBES N° 751
25	01/12/2011	001235	QUINTANA PRADO MARITZA	RESTAURANT "CORAZÓN DE JESÚS"	AV. LIMA N° 965
26	11/05/2012	01268	LALUPU MORE INES ADELINA	REST. PICANTERIA "LA RAMADITA"	C.LIBERTAD N°611-B-PUNTA ARENA
27	30/05/2012	01277	ALBA MONTALBAN MARIA FLORESM.	BAR REST."MI FLORCITA"	C. PROGRESO N°134-VILLA TABLAZO S.
28	21/06/2012	01278	MENDOZA SILVA MARIA FAUSTINA	CEBICHERIA "EL ENCUENTRO"	C.PROGRESO N°193-VILLA TABLAZO S.
29	16/07/2012	001283	GISELLA DEL ROSARIO MARIÑAS CHIROQUE	CEVICHERIA "SABOR NORTEÑO"	CALLE LIBERTAD N°1025-B.LA CAPILLA
30	31/07/2012	001286	SILVA PASACHE YASMIN YACKELINE	BAR CEVICHERIA "EL MILAGRO"	C.AYACUCHO N°310-B.PUNTA ARENA
31	31/07/2012	001290	LORO MORALES VICTORIA ALTAGRACIA.	REST.POLLERIA "EL ENCUENTRO"	C.LIMA N°641-B.EL CARMEN
32	26/11/2012	001313	ALEJANDRINA TIMANA DE INGA	BAR PICANTERIA "MI CARMENCITA"	C.Dos -CASERIO SANTA CRUZ
33	12/09/2010	001137	GONZALO COBEÑAS PAICO	RESTAURANT PEÑA "CASA BLANCA"	C.UNION S/N.LA UNIÓN
34	14/09/2010	001351	HILDA CHUNGA BAYONA	BAR RESTAURANT.	CALLEJON LA ISLA-LA UNION
35	02/12/2010	001145	MARTINA REYES HUERTAS	CEBICHERIA "MILAGRITOS"	CASERIO HUEREQUEQUE-LA UNION
36	26/11/2012	001313	ALEJANDRINA TIMANA DE INGA	BAR PICANTERIA "MI CARMENCITA"	CALLE DOS CASERIO SANTA CRUZ-L.U
37	30/05/2012	001276	CINTHIA A. BARRETO SILVA	PICANTERIA "LUZ DE AMERICA"	EXT. MERCADO - LADO SUR-LA UNIÓN
38	11/05/2012	001268	LALUPU MORE INES ADELINA	RESTAURANT PICANTERIA "LA RAMADITA"	CALLE LIBERTAD N° 611-B. PUNTA ARENA
39	30/05/2012	001277	ALVA MONTALBAN MARIA FLORESMILDA	BAR RESTAURANT "MI FLORCITA"	C. PROGRESO N°134-VILLA T.S
40	21/06/2012	001278	MENDOZA SILVA MARIA FAUSTINA	CEBICHERIA "EL ENCUENTRO"	C. PROGRESO N°193-VILLA TABLAZO SUR
41	16/07/2012.	001283	GISELLA DEL ROSARIO MARIÑAS CHIROQUE	CEVICHERIA "SABOR NORTEÑO"	CALLE LIBERTAD N°1025-BARRIO LA CAPILLA
42	31/07/2012	001286	YAZMIN YACKELINE SILVA PASACHE	BAR CEVICHERIA "EL MILAGRO"	CALLE AYACUCHO N°310-BARRIO PUNTA A.
43	31/07/2012	001290	VICTORIA ALTAGRACIA LORO MORALES	RESTAURANT POLLERIA "EL ENCUENTRO"	CALLE LIMA N°641-B- EL CARMEN
44	26/11/2012	001313	ALEJANDRINA TIMANA DE INGA.	BAR PICANTERIA "MI CARMENCITA".	Calle Dos -Caserio Sant Cruz-La Unión
45	23/12/2013	000065	MERCEDES PURIZACA PINGO/Amp.Giro	BAR PEÑA "LA SALIDA"	AV. LIMA S/N. B San Sebastian L.U.
46	07/01/2014	000067	VILMA REYES HUERTAS	PICANTERIA "LAS ESTERITAS"	C. Lambayeque S/N. V.Monterredondo .LU



47	04/02/2014	000071	MARIA L. NIZAMA HUERTAS	BAR PICANT. "AQUÍ ME QUEDO"	C.Cesar Vallejo S/N.Tablazo Sur-L.U.
48	20/02/2014	000075	MARIA FAUSTINA MENDOZA SILVA/Amp.GIRO	BAR PICANterÍA "EL ENCUENTRO"	C.Progreso N°193-Tablazo Sur
49	14/03/2014	000081	JOVANY MECHATO NIZAMA	BAR PICANterÍA "MECHITA"	C. J.C.M N°209-Tablazo Sur
50	24/04/2014	000087	MARITZA QUINTANA PRADO	REST.CEVICH. "EL BUEN SABOR"	Av.Lima N° 965-B.La Capilla-L.U.
51	15/05/2014	000088	FRANKLIN J. PASACHE MENDOZA	REST. PICANT. "LA RUSTICA DEL SABOR"	C. J.C.M. s/n.Tablazo Sur-LU.
52	30/05/2014	000090	CINTHIA M. MOSCOL MORE	RESTOBAR "JOAQUIN DE MORE"	C. Juan Velasco A.N°168-B. S.J.-LU.
53	03/06/2014	000092	MARIA BERTILDE RUIZ PAIVA	BAR PICANT. "EL PEZ DE ORO"	C.Cesar Vallejo N°206-B.El Carmen-L.U.
54	26/06/2014	000094	JUAN AQUINO FLORES	BAR RESTAURANT "GABY"	C.Arequipa S/N.Barrio Juan Velasco-LU.
55	03/11/2014	000111	HILDA CHUNGA DE MENDOZA	BAR PICANterIA "LA ISLA"	Jr. La Isla S/N. Lado Oeste - L.U.
56	20/11/2014	000116	Rest.Cevich.Poll."CASA DEL SABOR NORTEÑO SRL"	REST.Cevich."CASA DEL SABOR NORTEÑO SRL"	Calle Libertad N°1375-B.La capilla-L.U.
57	02/12/2014	000118	JOSE DANIEL RUIZ MENDOZA	"PURO NORTE"	Calle Callao N°632-Sector Mercado
58	02/12/2014	000119	MARIA CHUNGA DE PINGO x LEONCIO GASPAR	REST.TURIST.FAM.EL RANCHO GRANDE	Calle Libertad MZ 17-LT.09-B.EL CARMEN
59	25/02/2015	000133	VICTOR RAUL MORANTE MONTALBAN	RESTAURANT & HELADERIA "LAS DELICIAS"	Calle Lima N°729-2do.Nivel-Cercado-LU.
60	27/02/2015	000134	LUCILA COBEÑAS FLORES	CEVICHERIA "LUCY"	Ext. Mercado -Lado Sur-Costado Municipal.
61	03/07/2015	000158	JULIO Fco.DE LA PIEDRA LARIZBEASCOA	POLLERIA REST. "ROCIO VITAL"	Ca.Unión N°459-Cercado -cerca a Comisar.
62	18/08/2015	000167	YOVANY PANTA SANTOS	BAR RESTAURANT "EL PEZ AZUL"	Calle Lima N°976-B-La Capilla-L U.
63	03/09/2015	000175	EDDY NOELIA MARTINEZ BELUPU	RESTAURANT "ENTRECANTOS"	Calle Lambayeque N°632-Cercado - La Unión
64	10/11/2015	000183	LIDIA PAZ AGURTO	VIDEO PUB "SABOR Y SALSA"	Chepa Santos N°206-B.San José - La Unión
65	10/11/2015	000184	JUAN JHONY CARCAMO MORE	RESTAURANT "A LO BRAVO"	Jr. San Pablo N°312-Tablazo Sur-CP.19 Agost.
66	21/12/2015	000189	MANUEL ALEJANDRO VILELA SERRATO	BAR RESTAURANTS "EL BUNKER"	Calle Ayachucho N° 717- barrio punta arena
67	20/01/2016	000192	VICTOR ENRIQUE QUEDENA GARCIA	POLLERIA RESTAURANT "LIDER CHIKEN"	AV. LIMA. N° 407 CERCADO LA-UNION
68	24/01/2016	000196	FLORES DE NAVARRO MARUJA	RESTAURANT "DON VICTOR"	CALLE AUGUSTO B.LEGUIA N°604-La Unión
69	18/03/2016	000207	HILDA CHIROQUE RAMOS	PICANterIA "SABOR PERÚ"	AV. Chepa Santos N°45 B. San Sebastián
70	30/05/2016	000226	CARMELA RAMOS JUAREZ	BAR PICANterIA " MONTECARLO"	Interc. Cajamarca y Jr. Berna Silva B. S. José
71	27/06/2016	000232	KATTIA ALMA ROSA RUMICHE ORTIZ	PICANterIA " LOS COCOS"	C. Chepa Santos .Nvo. San Carlos Via-Tallán



72	17/08/2016	000242	IORELLA ANDREA MENDOZA SULLÓN	PICANTERÍA "MI GUADALUPE"	CALLE LAMBAYEQUE N° 875 LA UNIÓN
73	19/09/2016	000243	JUANA IMÁN AQUINO	PICANTERIA "MI ROSITA"	CALLE VICTOR RAÚL N° 503 LA UNIÓN
74	17/10/2016	000246	SARITA SANTOS SANTOS	CEVICHERIA PICANTERIA "SARITA"	CALLE AYACUCHO S/N. B. PUNTA ARENA
75	28/10/2016	000249	ROSA AMELIA CASTRO MORE	PICANTERIA "PRIMITO LINDO"	CALLE CAJAMARCA N° 1226 LA UNIÓN
76	31/10/2016	000250	OSMIN GIANPIERRE SULLÓN AYALA	REST. CEVICHERIA "EL TIJERAZO"	Av. CHEPA SANTOS N°315 LA UNIÓN
77	16/12/2016	000266	JANET JOHANA MORE MORANTE	REST.TURIST. LA ESQUINA DE LAS PALM.	C. SÉSAR VALLEJO N° 210 LA UNIÓN
78	22/02/2017	000286	MERCEDES CARRASCO DE GALECIO	BAR "OASIS"	C. UNIÓN N° 425 L.U.
79	13/06/2017	300	CRUZ PAZ ROSA LINDA	BAR PICANTERIA MI ZULMI	CALLE AL CEMENTERIO - TABLAZO SUR-LU
80	20/06/2017	303	MECHATO VILELA JOSE ALEJANDRO	RECRO "LAS TALLANERAS"	PROLONGACION AV. LIMA -LU
81	20/06/2017	305	BAYONA MORALES SAARA	RESTAURANT "PAULITA"	MZ. A LOTE 06 AA.HH JOSE CARLOS MARIATEGUI - LA UNION
82	20/06/2017	307	IMAN FLORES MARIA ESTHER	CEVICHERIA "EL ARBOLITO"	CALLE AYACUCHO N° 345 - LA UNION PIURA
83	17/07/2017	311	PINGO CHUNGA MANUELA ELIZABETH	BURGER PUB KARAOKE "PISCIS"	CALLE LIMA N° 338- SAN SEBASTIAN - LU- PIURA
84	04/08/2017	312	QUINTANA VILCHEZ MIRIAM ARACELY	RESTAURANT "GUSTO NORTEÑO"	AV.LIMA S/N.BARRIO LA CAPILLA
85	21/08/2017	317	PINTADO BERRU ARMANDO	BAR PICANTERIA "EL TITANIC"	CALLE AYACUCHO N° 705 - BARRIO PUNTA ARENA - LA UNION
86	28/08/2017	319	PURIZACA QUISPE JENNY DEL PILAR	RESTAURANT PICANTERIA "LA ESQUINA DEL SABOR"	CALLE LAMBAYEQUE N° 3147 - BARRIO SAN SEBASTIAN
87	29/08/2017	320	IPANAQUE MALDONADO ANALY MARJHORY	BAR PICANTERIA "EL VASITO LOCO"	CALLE AYACUCHO N° 215 - BARRIO PUNTA ARENA - LA UNION
88	11/09/2017	323	NECUR SAC	POLLERIA SUPOLLO	AV. LIMA N° 509-BARRIO EL CARMEN -LU
89	13/09/2017	324	CRUZ BRUNO ROSITA AGUSTINA	SANACK "THIAGO"	CALLE INCA ROCA N° 519 L.U
90	13/09/2017	325	AYALA GALECIO ANA LUISA	RESTAURANT POLLERIA "EL RICO NORTE II"	CALLE INCA YUPANQUI N° 406 - BARRIO SAN SEBASTIAN
91	10/11/2017	339	IPANAQUE VDA. DE VILCHEZ GLORIA	CAFETIN "LA MORROPANA"	AV. LIMA N° 592 - LA UNION
92	27/11/2017	343	IMAN DE SANTOS MARIA ISABEL	PICANTERIA "MI CHAVELITA"	CALLE LEONCIO AMAYA MZ. B LT. 08 - A.H 08 DE DICIEMBRE - LA UNION
93	19/12/2017	345	CHUNGA CARRERA ALINE MARICIELO	SNACK CEVICHERIA "EL CRIOLLITO"	CALLE CHEPA SANTOS N° 1005 - BARRIO PUNTA ARENA - LA UNION



Anexo 8.VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”



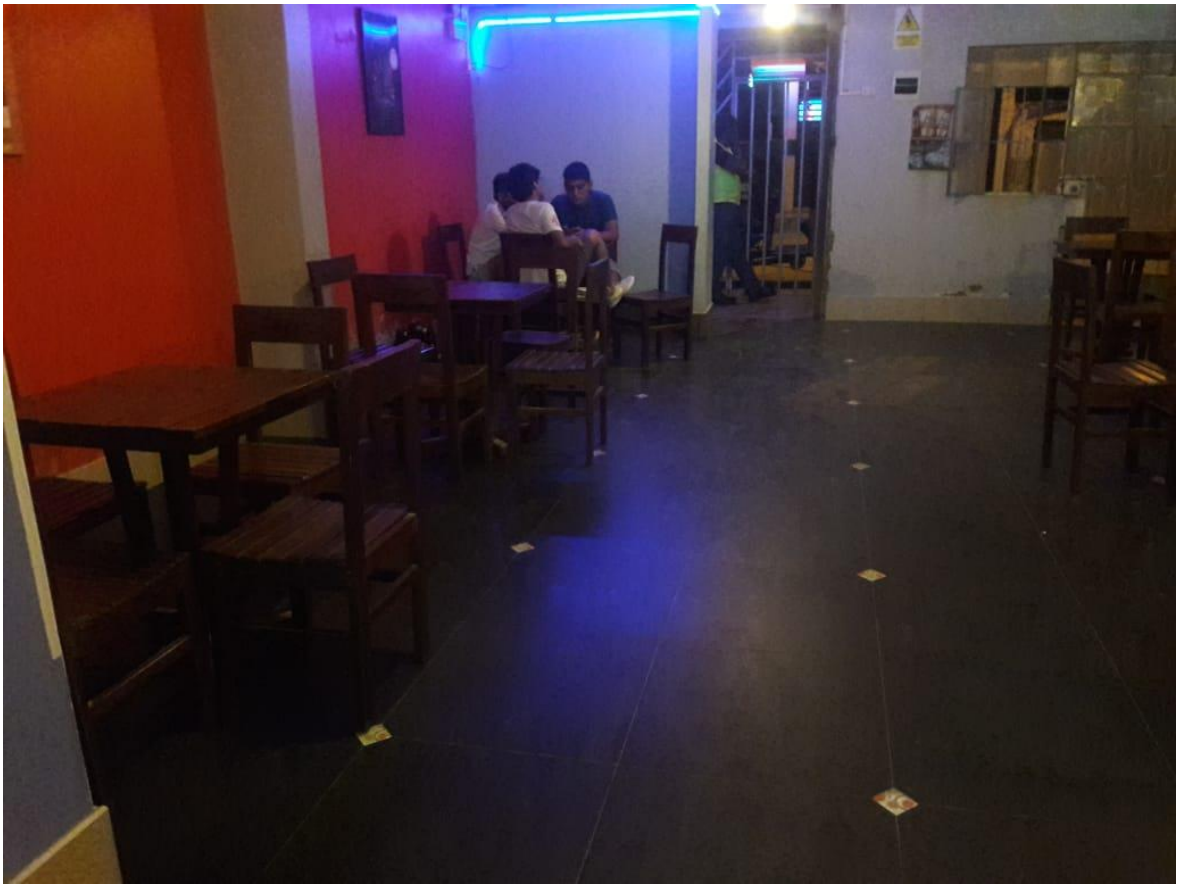
En la presente fotografía, se observa el exterior del local que ofrece servicios de recreación nocturna VIDEO PUB “SABOR Y SALSA, que está ubicado en Calle Chepa Santos N°206-B. San José distrito de La Unión- Piura, 2018.

Anexo 9.SABOR Y SALSA INTERIOR 1



En la presente fotografía se observa el interior del local VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”.

Anexo 10.SABOR Y SALSA INTERIOR 2



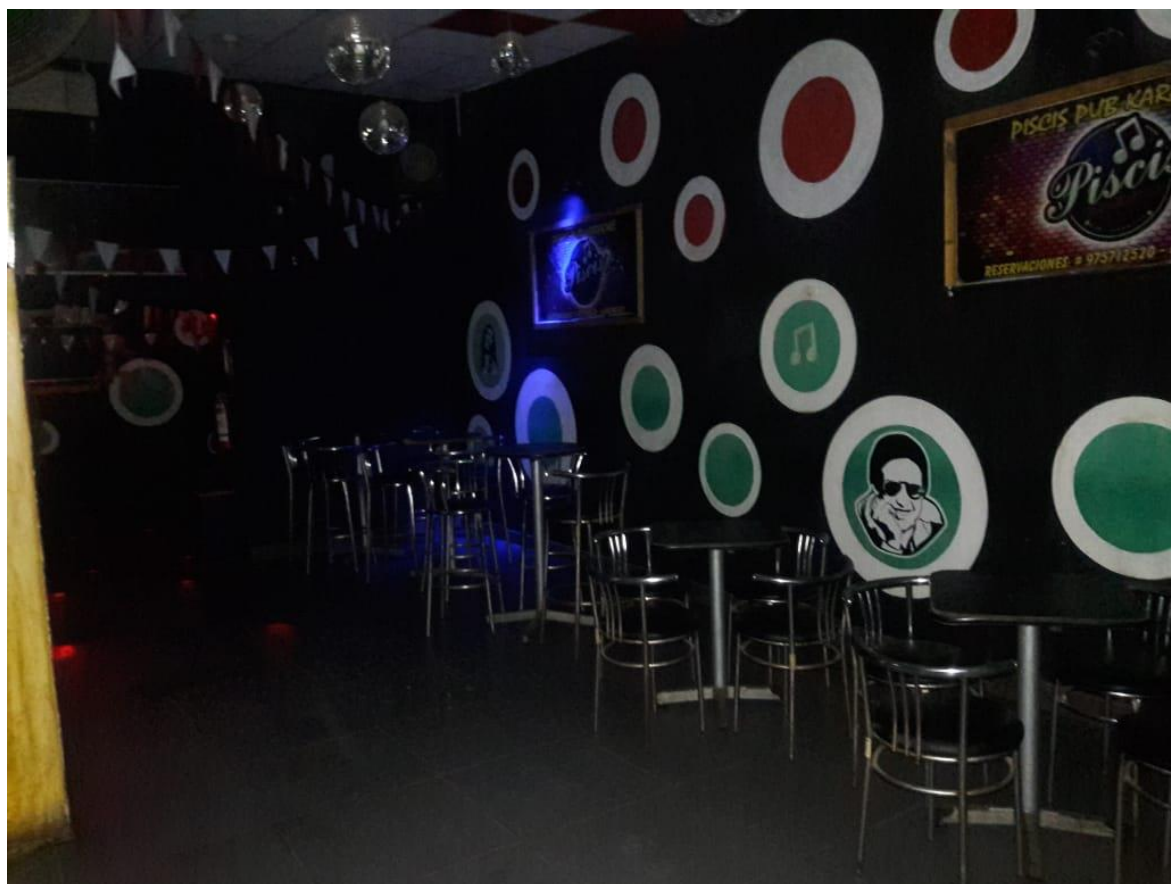
En la presente fotografía se muestra el interior del local VIDEO PUB “SABOR Y SALSA”, en horas de la noche, donde los clientes que demandan estos servicios están llegando para hacer consumo de los servicios que ofrece dicho local.

Anexo 11.BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”



En la presente fotografía se muestra la parte exterior del BURGER PUB KARAOKE “PISCIS” ubicado en calle Lima N° 338 San Sebastián, La Unión- Piura; lo cual en horas de la noche los usuarios hacen consumo de los diversos servicios que ofrece dicho local.

Anexo 12.PISCIS INTERIOR 1



En la presente fotografía se muestra el interior del local que ofrece servicios de recreación nocturna en el distrito de La Unión- Piura BURGER PUB KARAOKE “PISCIS”

Anexo 13.PISCIS INTERIOR 2



En la presente fotografía se muestra el interior del local BURGER PUB KARAOKE PISCIS, lo cual en horas de la noche abre sus instalaciones para que los clientes que consumen estos servicios disfruten.

Anexo 14.RESUMEN DE CASOS

RESUMEN DE CASOS																																		
ENCUESTA DO	EDAD	EMPRES A		GASTO MENSUAL			PREG.1	PREG.2	PREG.3	PREG.4	PREG.5	PREG.6	PREG.7	PREG.8	PREG.9	PREG.10	PREG.11	PREG.12	PREG.13	PREG.14	PREG.15	PREG.16	PREG.17	PREG.18	PREG.19	PREG.20	PREG.21	PREG.22	PREG.23	PREG.24	PREG.25	PREG.26	PREG.27	
		1=A	2=B	1=S/50-S/99	2=S/100-S/149	3=S/150-S/199																												
1	43	1		3			2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	
2	27	2		2			1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	
3	32	1		3			2	3	3	1	3	3	1	2	1	3	3	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	
4	29	1		2			2	2	3	1	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1
5	30	2		2			2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2
6	29	2		2			2	3	2	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
7	38	2		3			2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
8	30	2		3			2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
9	29	2		2			1	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2
10	32	1		3			2	3	3	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2
11	29	1		2			2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	
12	40	1		3			2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1
13	29	2		3			2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2
14	32	1		2			2	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2
15	34	1		3			2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2
16	35	1		3			2	2	3	1	3	3	1	2	2	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2
17	34	1		3			2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
18	30	2		2			2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
19	32	2		2			2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2

20	24	2	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	
21	29	2	2	2	3	3	1	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3
22	33	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
23	23	2	3	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2
24	41	2	3	2	2	2	1	3	2	1	1	3	2	3	3	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
25	40	2	3	2	2	1	1	3	3	2	2	1	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
26	27	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2
27	31	2	3	2	3	3	2	3	3	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
28	26	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1
29	27	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	3	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2
30	32	1	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3
31	28	1	2	1	2	3	1	2	2	1	1	3	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2
32	38	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2
33	32	1	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
34	35	1	3	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2
35	25	1	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3
36	28	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2
37	30	1	2	2	2	2	1	3	3	1	1	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2
38	29	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2
39	23	1	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	3	3
40	18	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2
41	21	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	3	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
42	26	1	3	2	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	3	2
43	27	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
44	28	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2
45	23	1	3	3	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	3	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2
46	27	1		2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
47	28	1	2	2	2	2	1	3	2	1	3	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2

48	34	1	2	2	3	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	
49	21	1	1	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	
50	34	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	
51	21	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	
52	26	2	1	2	2	3	2	2	3	1	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	
53	27	1	3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	
54	27	2	3	2	2	2	2	3	3	1	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	3	3	
55	35	1	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
56	34	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	
57	27	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	
58	29	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	3	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	
59	26	1	3	1	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	
60	38	1	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
61	32	2	3	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2
62	36	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	3	1	3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	
63	26	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	
64	35	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	
65	26	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	1	3	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	
66	23	1	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	
67	25	2	2	2	1	2	2	3	1	1	2	2	3	3	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
68	28	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	
69	29	1	3	2	3	3	2	3	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	
70	20	2	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	
71	41	2	2	1	3	3	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	1	1	3	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	
72	36	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	
73	37	1	1	1	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	
74	28	1	3	2	2	2	1	3	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	
75	37	1	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	

76	29	1	1	2	2	3	1	3	2	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
77	28	1	3	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2
78	26	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
79	30	1	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1
80	31	2	2	2	2	1	1	3	3	2	1	3	3	2	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2
81	34	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
82	37	1	1	1	2	1	1	3	3	1	2	3	3	2	3	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1
83	28	2	3	2	3	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3
84	20	1	2	1	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2
85	34	2	1	2	3	2	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2
86	28	1	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	3	1
87	29	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	1	3	2	2
88	30	1	2	1	2	3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2
89	19	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1
90	36	2	1	1	2	3	2	3	3	2	1	1	3	2	2	1	3	1	3	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2
91	28	2	3	2	3	2	2	3	1	1	2	2	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2
92	34	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
93	38	2	1	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2
94	28	1	3	1	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2
95	19	2	2	2	1	3	2	3	3	1	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2
96	28	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2
97	40	2	3	1	3	3	1	3	2	1	3	3	2	3	3	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1
98	37	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	3	2
99	27	1	3	1	3	3	1	3	3	1	2	2	2	3	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
100	18	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2
101	44	1	3	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2
102	37	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1
103	33	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2

104	31	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	3	1	1	1	3	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	
105	34	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	
106	34	2	3	2	1	3	1	3	2	1	2	3	2	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	
107	27	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	
108	28	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	
109	29	1	3	1	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	1	3	1	2	1	1	2	2	1	2	2	3	1	
110	27	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	
111	20	1	2	1	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	
112	40	2	3	2	3	2	2	3	3	2	1	2	3	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	
113	28	2	1	1	3	3	1	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	
114	37	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
115	30	2	2	1	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
116	31	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
117	32	1	3	1	1	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
118	33	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1
119	28	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2
120	26	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2
121	21	1	2	1	2	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1
122	18	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	3	3
123	29	2	3	2	2	1	1	3	3	1	2	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2
124	25	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
125	27	2	1	2	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1
126	40	1	3	2	1	3	2	2	1	2	1	3	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
127	37	2	3	2	2	2	1	3	2	1	1	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2
128	38	1	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
129	27	2	1	2	2	2	1	3	3	1	1	2	3	2	3	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2
130	28	1	3	1	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2
131	31	2	3	2	2	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2

132	22	1	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2
133	25	2	3	2	2	2	1	3	3	1	1	3	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2
134	29	1	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
135	20	1	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2
136	22	1	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1
137	39	2	1	2	3	3	1	3	3	1	3	2	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2
138	33	1	3	1	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2
139	38	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	3	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2
140	28	1	2	2	2	3	1	3	2	2	1	3	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2
141	38	2	3	1	3	2	1	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1
142	27	1	2	2	2	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2
143	27	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2
144	35	2	3	1	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1
145	40	1	3	1	3	3	1	3	2	1	2	3	3	2	3	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2
146	41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2
147	34	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1
148	35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2
149	34	1	1	1	3	3	1	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3	2
150	28	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2
151	28	1	2	1	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
152	22	2	1	2	3	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
153	25	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
154	27	2	3	2	3	3	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2
155	25	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	3	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1
156	38	2	3	1	2	3	1	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2
157	37	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2
158	27	2	3	1	3	3	1	2	3	2	1	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3	2
159	28	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2

160	25	2	1	1	2	3	1	3	3	2	1	2	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	
161	24	1	3	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2
162	30	2	3	1	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2
163	33	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	1	3	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1
164	35	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3
165	36	1	2	1	2	3	1	2	2	2	3	3	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2
166	37	2	1	2	3	2	1	3	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2
167	29	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1
168	33	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
169	43	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	3	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2
170	40	1	3	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2
171	38	2	3	1	1	2	1	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1
172	39	1	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2
173	28	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
174	29	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2
175	38	1	3	1	1	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1
176	27	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
177	22	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	2	3	3	3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
178	25	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3
179	26	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2
180	28	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	3	2
181	25	2	3	1	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	1	2	1	3	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
182	26	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2
183	20	2	1	1	1	3	1	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2
184	38	1	3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1
185	39	2	3	1	3	3	1	3	2	1	3	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2
186	32	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2
187	31	1	1	1	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2

188	33	2	3	2	3	2	1	3	1	1	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2
189	28	1	3	1	2	3	2	3	1	2	1	2	2	3	3	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1
190	28	2	2	2	3	2	1	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2
191	24	1	3	1	2	3	1	3	2	2	1	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2
192	35	1	1	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	3	3
193	37	2	3	1	3	3	1	3	2	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2
194	28	1	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
195	29	2	1	1	2	3	1	3	3	2	1	2	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
196	30	1	3	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2
197	31	1	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2
198	33	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1
199	33	1	3	1	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2
200	28	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2
201	29	2	3	1	3	3	2	3	3	1	1	2	3	2	3	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2
202	34	2	3	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2
203	33	2	3	1	2	3	2	3	3	2	1	2	3	2	3	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1
204	26	1	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
205	28	2	2	1	2	3	1	3	3	2	1	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2
206	29	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3	3	3
207	26	1	1	1	2	3	1	3	3	1	1	3	3	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2
208	27	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2
209	26	2	2	1	2	3	1	3	3	1	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2
210	22	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
211	39	2	3	1	3	3	1	3	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
212	37	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1
213	38	2	2	1	2	3	1	3	2	1	2	3	3	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	2
214	28	1	3	2	3	2	2	3	3	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2
215	26	2	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	3	2	3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2

216	27	1	3	2	1	2	2	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2
217	30	2	2	1	2	3	1	3	3	1	2	2	3	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	3	
218	38	1	1	2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2
219	28	2	3	1	3	3	2	2	3	1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
220	29	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3
221	22	2	2	1	2	3	2	2	3	1	3	2	3	2	3	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	3
222	25	1	2	2	2	2	2	3	3	1	2	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2
223	27	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2
224	26	1	1	2	2	2	1	3	1	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
225	27	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3
226	28	1	2	2	2	2	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2
227	25	2	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2
228	29	1	3	2	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2
229	25	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1
230	27	1	1	2	2	2	1	3	3	1	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
231	27	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1
232	21	1	3	2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2
233	18	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1
234	28	1	2	1	2	1	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
235	19	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1
236	19	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2
237	23	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2
238	39	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2
239	45	2	1	1	2	3	1	2	3	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
240	42	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2
241	41	2	3	1	2	3	2	2	3	1	2	3	3	2	2	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
242	28	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	3	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2
243	29	2	1	1	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2

244	25	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	
245	25	2	3	1	2	2	1	2	3	1	3	3	3	2	2	2	2	1	3	1	1	2	1	1	1	2	1	2	3	2
246	22	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2
247	29	2	3	1	2	2	1	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2
248	30	1	1	2	2	3	1	3	3	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	3
249	39	2	3	1	3	2	1	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
250	31	1	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2
251	34	2	1	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2
252	33	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2
253	38	2	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	3	2	2	3	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2
254	36	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	1
255	24	2	3	1	2	3	1	3	3	1	2	2	3	3	3	2	1	1	3	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2
256	28	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2
257	29	2	3	1	1	3	1	3	3	1	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2
258	39	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
259	27	2	3	1	3	3	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	2	1	3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	3	1
260	26	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2
261	24	2	2	1	3	2	1	2	3	1	1	3	3	2	3	3	2	1	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2
262	26	1	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3
263	27	2	1	2	2	2	1	3	3	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	3	2
264	30	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2
265	33	2	2	1	3	1	1	2	3	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2
266	36	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2
267	34	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
268	38	1	3	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1
269	35	2	2	1	3	2	2	3	2	1	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2
270	28	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2
271	34	1	1	1	2	3	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2

272	18	1	3	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2
273	19	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2
274	25	1	1	2	2	3	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	3
275	22	1	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	3
276	25	1	3	1	3	3	1	3	3	1	2	2	3	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
277	27	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
278	26	1	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2
279	35	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	3
280	35	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
281	38	1	3	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1
282	27	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2
283	44	1	1	1	3	2	1	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	3
284	32	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	3	2
285	23	1	2	1	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2
286	28	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	3	3	1	1	1	3	1	2	1	1	2	2	1	1	1	3
287	29	1	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2
288	26	1	3	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	3	3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1
289	28	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	3
290	25	1	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1
291	23	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2
292	38	1	1	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
293	34	1	3	1	2	2	1	3	2	1	3	2	2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2
294	34	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1
295	33	1	1	1	2	2	1	2	3	1	3	2	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1
296	26	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1
297	27	1	3	2	2	1	1	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
298	28	1	2	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
299	28	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2

300	26	2	3	3	2	2	1	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2
301	28	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
302	25	1	2	2	2	1	1	3	3	2	3	2	2	2	1	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3
303	26	2	3	3	2	2	1	2	2	1	2	1	3	2	3	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2
304	18	1	1	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2
305	19	2	3	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
306	23	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2
307	22	1	1	1	3	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2
308	25	1	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2
309	28	2	2	1	3	2	1	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2
310	28	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2
311	29	2	3	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
312	37	1	2	2	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2
313	32	1	3	1	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	1	2	1	1	1	2	1	2
314	34	2	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
315	19	2	3	1	3	3	2	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1
316	28	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2
317	29	1	2	1	3	3	2	3	2	1	2	2	2	3	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2
318	19	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	2	2
319	33	1	1	1	2	3	2	3	2	1	2	2	2	3	3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2
320	38	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	3
321	27	1	2	1	2	3	1	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2
322	34	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1
323	27	1	3	1	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2
324	33	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2
325	27	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
326	28	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2
327	24	2	1	2	3	2	1	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3

328	30	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	1	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2
329	19	1	2	2	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	3
330	33	1	1	2	1	2	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
331	32	1	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2
332	27	2	3	2	3	3	1	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2
333	39	1	2	1	3	2	1	3	2	1	2	3	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	1	1	2	1	2	2	3	2
334	29	1	2	2	2	3	1	3	1	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2
335	30	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1
336	22	1	1	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
337	24	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	3	2
338	27	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2
339	28	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2
340	22	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
341	25	1	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
342	24	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2
343	21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
344	24	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
345	19	1	3	1	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	1	2	2	1	2	2	2
346	23	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
347	27	1	2	1	2	2	1	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2
348	32	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
349	31	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2
350	32	2	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3
351	35	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2
352	39	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
353	40	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1
354	42	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
355	45	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2

356	39	2	3	1	1	2	2	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
357	40	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2
358	19	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
359	23	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2
360	27	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
361	32	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1
362	28	2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
363	38	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
364	36	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	1	1	1	1	1
365	42	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1
366	38	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
367	42	1	1	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
368	25	2	3	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1
369	44	1	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1
370	36	2	3	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
371	37	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
372	29	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2
373	30	1	2	1	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
374	35	2	3	1	1	1	1	2	2	3	1	1	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
375	30	1	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2